ПЕРМСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
НАЦИОНАЛЬНЫЙ
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ

А. В. Пустовалов

СОЦИАЛЬНЫЕ КОММУНИКАЦИИ В ИНТЕРНЕТ



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«ПЕРМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

А. В. Пустовалов

СОЦИАЛЬНЫЕ КОММУНИКАЦИИ В ИНТЕРНЕТ

*Допущено методическим советом
Пермского государственного национального
исследовательского университета в качестве
учебно-методического пособия для студентов,
обучающихся по направлению подготовки бакалавров
«Журналистика»*



Пермь 2021

УДК 316.54:004
ББК 60.5+32.965
П893

Пустовалов А. В.

П893 Социальные коммуникации в Интернет [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие / А. В. Пустовалов ; Пермский государственный национальный исследовательский университет. – Электронные данные. – Пермь, 2021. – 3,23 Мб ; 91 с. – Режим доступа: http://www.psu.ru/files/docs/science/books/uchebnie-posobiya/pustovalov-socialnye-kommunikacii-v-internet.pdf. – Заглавие с экрана.

ISBN 978-5-7944-3622-8

Пособие соответствует требованиям Федерального государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования по направлению подготовки 42.03.02 «Журналистика» (квалификации бакалавр, магистр).

Предназначено для студентов филологического, философско-социологического и юридического факультетов ПГНИУ по различным направлениям подготовки для методического обеспечения учебных курсов: «Социальные коммуникации в Интернет», «Работа в социальных сетях (творческие студии)», «Мастерская социальных медиа», «Информационная деятельность в социальных сетях».

В учебном пособии даётся характеристика социальных коммуникаций и социальных сетей – научная специфика базовых понятий, история, политические и социально-культурные условия появления в интернете социальных ресурсов, их тематически-функциональная типология.

УДК 316.54:004
ББК 60.5+32.965

Издается по решению ученого совета филологического факультета Пермского государственного национального исследовательского университета

Рецензенты: кафедра периодической печати и веб-журналистики Белорусского государственного университета (зав. кафедрой, канд. филол. наук, доцент ***С. В. Харитонова***);

доцент кафедры журналистики и массовых коммуникаций Челябинского государственного университета, канд. филол. наук, доцент ***А. А. Морозова***

ISBN 978-5-7944-3622-8

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ

Социальные сети – это «знакомый незнакомец» современных студентов. С одной стороны, все они обитают там, владеют ими и считают, что знают их. С другой стороны, мало кто из них понимает, что сам термин «социальные сети» появился в науке много раньше, чем в интернете появились соответствующие платформы для общения (и даже раньше, чем сам интернет). Термин возник в психологии, антропологии, социологии уже в 1950-х годах, а первые крупные соцсети появились в интернете только в начале 2000-х годов. Однако путать социальные сети в интернете и в реальной жизни на сегодняшний день – не такая уж большая ошибка: это имеет место даже в научных статьях, поскольку некоторые их авторы росли уже в таком социуме, где этот термин употреблялся исключительно в одном значении.

В нашей жизни немало значит привычка к определённому словоупотреблению. Так поколение, выросшее до социальных сетей в интернете, само слово «*социальный*» привыкло ассоциировать с определённым кругом явлений: здравоохранением, жизнеобеспечением, образованием, зарплатой, условиями труда, бюджетной сферой, дорогами, пенсионерами и пр. Новое поколение понемногу усваивает другую, западную традицию употребления этого слова: «*socialize»* – значит общаться, проводить время с друзьями, знакомыми, родственниками, уметь ладить, находить общий язык с другими людьми и т. д.; следовательно, слово «*social»* подразумевает соответствующее общение. И словосочетание «*социальные сети»* для нынешнего молодого человека больше ассоциируется не с первым, а со вторым кругом понятий.

В начале 1960-х годов Ю. Хабермас ввёл в употребление термин **«публичная сфера»**[1] – первоначально для отделения в истории эпохи Просвещения Франции и Англии монархического государства от личной (приватной) сферы. Он называет публичной сферой доступное для всех граждан место, где формируется общественное мнение. Это мнение складывалось как некая результирующая мнений отдельных личностей, собравшихся «на публике», чтоб обсудить вопросы, которые могут иметь общественно важное звучание и, с другой стороны, желавших в какой-то мере защитить свои личные интересы (экономические, политические, социальные) перед государством в тот момент, когда они могли приобрести всеобщий характер[2].

Сам термин является переводом характерного французского словосочетания «espace publique», и в данном случае «espace» уместно перевести как «пространство». В данной трактовке этот термин уместно сблизить с другим, появившимся в начале 1970-х термином – **«производство пространства»** (*la production de l'espace*) Анри Лефевра. В его трактовке это единый процесс (и одновременно – продукт), где ощущения, идеи, практики и физический мир

---

[1] См. *Хабермас Ю.* Структурное изменение публичной сферы: исследование относительно категории буржуазного общества. М.: 2016.

[2] См. также: *Кривоносов А. Д.* PR-текст в системе публичных коммуникаций. 2-е изд., доп. СПб.: «Петербургское Востоковедение», 2002. 288 с. С. 19–20.

соединяются в динамическом процессе постоянного возникновения и воспроизводства отношений между людьми, сообществами и институтами[3].

Сегодня вполне уместна расширенная трактовка данных терминов. Социальные сети как раз и есть пример одного из аспектов публичной сферы: их участники обмениваются информацией, мнениями, эмоциями, более или менее важными для всех.

Они вместе создают общее комфортное виртуальное пространство, находящееся близко к реальному физическому пространству, влияющее на него. Вместе с тем они становятся его своеобразным репрезентантом, отражая процессы и проблемы «реального» мира.

«Взрыв авторства» и «**вирусный редактор».** Как полагает исследователь Андрей Мирошниченко, количество авторов в сегодняшнем мире по сравнению с предыдущими веками увеличилось не в разы, а в тысячи раз. Исчез редакторский институт: тексты в веб 2.0-ном интернете не корректируются и не отбираются. Читатель рискует утонуть в море неструктурированной информации. Имеет место так называемый «digital detox» – «цифровая детоксикация», т. е. потребитель перенасыщен развлекательным цифровым контентом, количество которого растёт в геометрической прогрессии, а качество бывает сомнительным.

Другое явление, описанное Андреем Мирошниченко, «вирусный редактор» представляет собой «коллективную волю» массы интернет-пользователей (лайки, комментарии, перепосты существующих новостей), позволяющую новому пользователю не потонуть в новостном потоке, сократить время на отбор новостей, поскольку другие пользователи уже оценили, какие из них представляют больший интерес[4].

Фрагментированность и **персонализация** информационного рынка – явления, выделяемые современным исследователем Сергеем Паранько. По его наблюдениям, газеты, которые раньше создавали «повестку дня» и формировали картину мира читателя посредством рубрик, охватывающих различные стороны действительности, теперь не читаются полностью. Интернет-потребитель приходит не на главную страницу определённого информационного ресурса, но на страницы отдельных публикаций разных информационных источников. Его картина мира становится фрагментированной, рассыпается на отдельные составляющие, не образующие единого целого. Основной точкой «вхождения в новости» становятся не сайты изданий, а **поисковики** и **соцсети**[5].

Социальные сети, *социальные графы*, *взрыв авторства*, *вирусный редактор*, *персонализация*, *маленький мир*, *шесть рукопожатий* – со всеми этими терминами вы познакомитесь (или освежите в памяти), читая это учебное пособие. В нём раскрывается история, политические и социально-культурные усло-

---

[3] *Лефевр А.* Производство пространства / Пер. с фр. М.: Streike Press, 2015. 432 с.

[4] *Мирошниченко А. А.* Когда умрут газеты. М.: Книжный мир, 2011. 224 с.

[5] *Паранько С.* Инструментарий и навыки журналиста // Амзин А. и др. Как новые медиа изменили журналистику. 2012–2016 / А. Амзин, А. Галустян, В. Гатов, М. Кастельс, Д. Кульчицкая, Н. Лосева, М. Паркс, С. Паранько, О. Силантьева, Б. ванн дер Хаак; под науч. ред. С. Балмаевой и М. Лукиной. Екатеринбург: Гуманитарный университет, 2016. 304 с. С. 6–30.

вия появления в интернете социальных ресурсов, их структура, функционал, типология.

Приведённый в конце пособия список литературы, включающий российские и зарубежные исследования, будет полезен тем, кто свяжет свою курсовую или дипломную работу с тематикой социальных сетей и ресурсов. Социальные сети – популярнейшая тема исследований сегодня: на конец марта 2020 года в крупнейшей в России базе научного цитирования РИНЦ по соответствующему ключевому запросу находится 31 172(!) публикации. И эта тема явно не исчерпана до конца: открытыми остаются вопросы истории, теории соцсетей, информационного продукта и влияния местных информационных сообществ и т д., не говоря уж о том, что социальные сети развиваются, эволюционируют в новых направлениях, занимая новые ниши.

Пособие замыкают приложения, из которых первые два содержат перечень крупнейших гражданских и журналистских групп Пермского края «ВКонтакте», а третье даёт краткую и наглядную хронологию развития социальных ресурсов в интернете.

ТЕМА 1. ИСТОРИЯ СЕТЕВОГО ПОДХОДА В НАУКЕ

Сетевой подход и сетевая теория берут свое начало в работах социологов, социальных психологов и антропологов рубежа XIX–XX веков, которые выражали мнение о важности рассмотрения общества как сложного переплетения различных социальных связей и их конфигураций, а не только фиксации в нем устоявшихся «жестких» социальных структур.

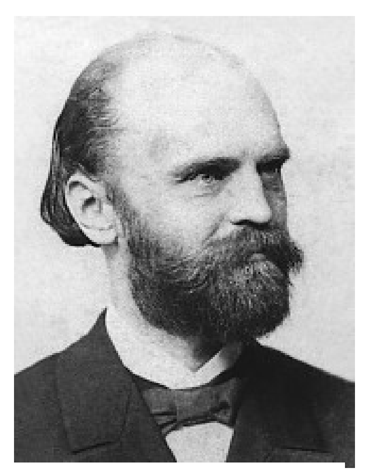


Рис. 1. Немецкий социолог Ф. Тённис

В конце 1890-х годов Фердинанд Тённис (Ferdinand Tönnies) и Эмиль Дюркгейм (Émile Durkheim) предвосхитили идею социальных сетей в своих теориях и исследованиях социальных групп.

Тённис утверждал, что социальные группы могут существовать либо в форме личных и прямых социальных связей, объединяющих сообщества людей, имеющих сходные ценности и убеждения (*Gemeinschaft*, т. е. *комьюнити, коммуна*), либо как безличные, формальные и инструментальные социальные связи (*Gesellschaft*, т. е. *общество*)[6].

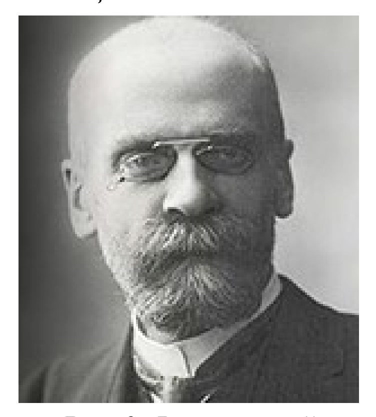


Рис. 2. Французский социолог Э. Дюркгейм

Дюркгейм дал «антииндивидуалистическое» истолкование социальных фактов, утверждая, что социальные явления возникают, когда взаимодействующие индивиды представляют собой реальность, которая уже не может быть объяснена с точки зрения свойств отдельных субъектов[7].

Георг Зиммель (Georg Simmel), исследователь рубежа XIX–XX веков, указал на характер сетей и влияние размера сети на взаимодействие индивидов и изучил вероятность взаимодействия в слабосвязанных сетях[8].



Рис. 3. Немецкий социолог Г. Зиммель

В 1930-е годы в США исследовались взаимосвязи между людьми с помощью социограмм, то есть визуальных диаграмм, в которых отдельные лица представлены в виде точек, а связи между ними – в виде линий.

В частности, этим занимался Якоб Леви Морено (Jacob Levy Moreno), вошедший в историю науки, как основатель психодрамы, социометрии и групповой пси-

---

[6] *Tönnies F.* Gemeinschaft und Gesellschaft, Leipzig: Fues's Verlag, 1887. (Translated, 1957 by Charles Price Loomis as Community and Society, East Lansing: Michigan State University Press.)

[7] *Durkheim E.* De la division du travail social: étude sur l'organisation des sociétés supérieures, Paris: F. Alcan, 1893. (Translated, 1964, by Lewis A. Coser as The Division of Labor in Society, New York: Free Press.)

[8] *Simmel G.* Soziologie, Leipzig: Duncker & Humblot, 1908.

хотерапии. Фактически этого учёного можно считать ещё основателем такого направления, как анализ социальных сетей.

Социограмма представляет собой графическое изображение результатов, полученных с помощью социометрической методики при исследовании межличностных отношений. Она дает наглядное представление о внутригрупповой дифференциации членов малой социальной группы за их статусом (популярностью). С помощью специальных знаков и стрелок обозначают тип выбора (позитивный, негативный, односторонний, двухсторонний).

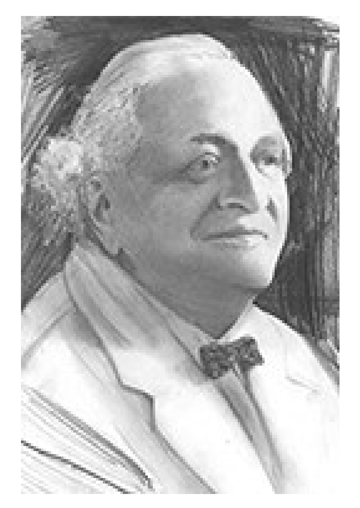


Рис. 4. Якоб Морено, румыно-американский психолог, психиатр, социолог

Классический пример социограмм Морено: на рисунках, приведённых ниже, отображены взаимосвязи, группировки, степень влиятельности членов школьного класса (чем крупнее знак, обозначающий члена коллектива, тем большее количество школьников выразили желание с ним дружить). Социограммы отображают положение в 1, 3, 6 и 8 классах.

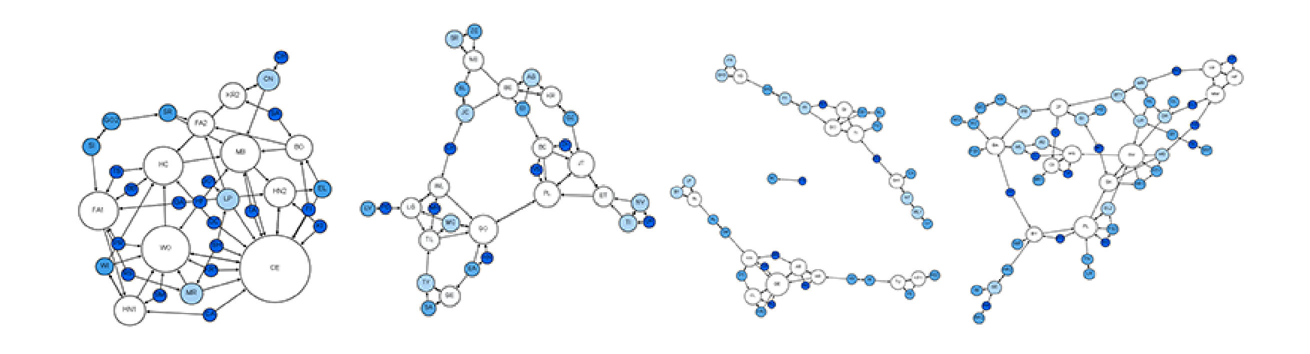


Рис. 5. Социограммы Я. Морено

К понятию «*социограмма*» близко другое понятие: «*социáльный граф*» (англ. social graph) – т. е. граф (схема), узлы которого представлены социальными объектами, такими как пользовательские профили с различными атрибутами (например: имя, день рождения, родной город и т. д.), сообщества, медиаконтент и т. д., а ребра – социальными связями между ними.

Сам же термин «социальная сеть» введен в широкое научное употребление Джоном Барнзом (John Barnes). Он впервые употребил его в 1954 году в работе «Классы и собрания в норвежском островном приходе» («Class and Committees in a Norwegian Island Parish»), вошедшей в сборник «Человеческие отношения».

Дж. Барнс полагал:

«Каждый человек имеет определенный круг друзей, а эти друзья имеют, в свою очередь, собственных друзей. Некоторые из друзей одного человека знают друг друга, другие – нет.

Я нашел удобным говорить о такого рода социальных полях как о сетях. Под этим мне видится система точек, некоторые из которых соединены между собой. Точками этой системы являются люди, и линии соединения этих точек указывают, какие люди и как взаимодействуют друг с другом»[9].



Рис. 6. Джон Барнз, профессор социологии Кембриджского университета

Затем понятие «социальная сеть» получило широкое распространение в различных областях гуманитарного знания.

Во второй половине XX века оно стало популярным у тех учёных, кто занимается исследованиями общества. В то же время общепонятными сегодня являются выражения вроде «предпринимательская сеть», «клиентская сеть»; небезызвестно в нашей стране такое понятие, как сетевой маркетинг.

Таким образом, социальная сеть (*social network*) – это объединение социальных акторов (т. е. людей в различных социальных позициях) и связей между ними. Социальная сеть (аналогия в математике – социальный граф) состоит из группы узлов, которыми являются социальные акторы, и связей между ними (социальных взаимодействий)[10], которые обмениваются ресурсами. Таким образом, в рамках социальной сети социальные акторы группируются на основе сходства занимаемых позиций, связей и по типу ресурсов, циркулирующих между данными позициями[11].

Само понятие «социальная сеть» включает некий круг знакомых человека и социальных связей между этими людьми. В отличие от социальных структур, представляющих достаточно жесткий «каркас» устоявшихся социальных отношений, социальные сети относятся к числу гибких структур, или «мягких тканей», способных управлять малыми социальными взаимодействиями. Рассыпанные в социальном пространстве социальные связи, объединяясь, собираются в большие разветвлённые структуры. В исторические времена, когда отсутствовали современные телекоммуникации, они представляли собой обычные сети человеческих взаимоотношений. Эти взаимосвязи связывают не столько человеческие личности, сколько позиции – это сплетение идей, правил, действий и интересов.

Пронизывая социальное пространство всем спектром вертикальных и горизонтальных связей, социальные сети аккумулируют значительный социальный капитал на основе доверия, взаимной поддержки, симпатий, предпочтений, участия в общих делах.

---

[9] *Barnes J.* Class and Committees in a Norwegian Island Parish // Human Relations, 1954. Pp. 39–58. URL: http://pierremerckle.fr/wp-content/uploads/2012/03/Barnes.pdf.

[10] См. также: Прохоров А. Методы анализа социальных сетей // КомпьютерПресс 2006. № 10. URL: https://compress.ru/article.aspx?id=16723&iid=776#Методы%20анализа%20социальных%20сетей.

[11] Социальная сеть (социология) // Википедия. Свободная энциклопедия. URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Социальная_сеть_(социология).

Хорошо иллюстрируют эти положения разработки американского социального психолога Стэнли Милгрема, проведшего знаменитый эксперимент в доказательство «Теории шести рукопожатий» («six degrees of separation»).[12]

Согласно данной теории, каждый человек опосредованно знаком с любым другим жителем планеты через цепочку общих знакомых, в среднем состоящую из пяти человек[13]. (Художественной иллюстрацией может являться известный отечественный фильм «Ёлки» 2010 года[14]).

Эту теорию Милгрэм доказывал в 1967 году в серии экспериментов под названием «Мир тесен» (*Small world*, буквально – *маленький мир*), предположив, что человеческое общество представляет собой сеть, которая характеризуется короткими путями между двумя случайными вершинами графа[15]. Милгрэм ставил целью проследить длину цепочки, звеньями которой будут письма незнакомых между собой адресатов.



Рис. 7. Стэнли Милгрэм, американский социальный психолог, социолог

Им было выбрано два максимально удалённых друг от друга города США (Омаха и Бостон). Случайно выбранным жителям Омахи предложили переслать конверт бостонцам, указанным в задании. Если человек знал его лично, то необходимо было выслать письмо непосредственно адресату. Из 296 писем цели не достигло 232 письма. Но, тем не менее, 64 письма всё же дошло, и цепочка от отправителя до получателя в среднем была длиной в 5,5 или 6 человек.

Критики Милгрэма доказывали, что средняя длина пути на самом деле может быть больше или меньше, чем у Милгрэма, что она сильно зависит от нескольких неординарных людей («соединителей»), которые имеют большое количество контактов и друзей. Позже удалось доказать, что в сегодняшнем мире, где социальные сети очень сильно связаны, это мало влияет на среднюю длину пути.

---

[12] Впервые идея, что с любым человеком на Земле можно связаться через цепочку не более чем из пяти звеньев, появилась в рассказе «Звенья цепи» венгерского писателя Фридьеша Каринти. См. Каринти, Фридьеш // Википедия. Свободная энциклопедия. URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/ Каринти,_Фридьеш.

[13] Теория шести рукопожатий // Википедия. Свободная энциклопедия. URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Теория_шести_рукопожатий

[14] Ёлки // Кинопоиск. URL: https://www.kinopoisk.ru/film/yolki-2010-493768/

[15] Мир тесен // Википедия. Свободная энциклопедия. URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Мир_тесен.

Вопросы для самопроверки

- Когда в науке начал складываться сетевой подход?
- Для чего служит социальный граф?
- Что такое социограмма?
- С чём значение научного творчества Джейкоба Морено для развития соцсетевого подхода в науке?
- Какая из работ Джона Барнса особенно важна для развития соцсетевого подхода?
- Кто и когда ввёл в науку понятие *социальная сеть*?
- Что означает понятие *социальная сеть* в социологии?
- О чём говорит *теория шести рукопожатий*?
- Что хотел доказать Стэнли Милгрэм в своём эксперименте «Мир тесен» («Маленький мир»)?

ТЕМА 2. СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ В ИНТЕРНЕТЕ

С 1980-х, а активнее – с 1990-х годов в жизнь людей многих стран вошло такое новое явление, как интернет. Он позволял обмениваться информацией, общаться, а также – объединяться на основе общих интересов.

И здесь пригодилось уже опробованное понятие «социальная сеть» – так стали называть специальные платформы, где люди общались на основе общих интересов, социального положения, возраста и пр.

Исследования социологов и психологов в области социальных сетей, а также связанных с ними теорий, обогатились огромным количеством нового материала, на котором можно было экспериментировать и доказывать их положения.

Можно привести две интересные попытки доказать верность теории Милгрэма в применении к более современным интернет-реалиям.

Специально для этого в 1997 году Эндрю Вейнрейхом запустил социальный сервис «Six Degrees»[16] (от названия теории на английском языке, «Six degrees of separation», что буквально значит «Шесть степеней разделения»). Он позволял пользователям перечислять друзей, членов семьи и знакомых как на сайте, так и за его пределами. Можно было отправлять и публиковать сообщения на доске объявлений для знакомых с первой, второй и третьей степенями и отслеживать их связь с любым другим пользователем на сайте. Этот сервис, предвосхитивший появление таких соцсетевых гигантов, как *Friendster*, *MySpace*, *Facebook* и пр., сам не стал по-настоящему популярен и был закрыт в 2001 году.

В начале 2000-х социологи Питер Доддс, Роби Мухамад и Дункан Ваттс попробовали доказать основное положение Милгема, задействовав средства интернет-коммуникации: в их эксперименте участвовали 24 163 электронных письма и 18 цепей по всему миру. Ими было установлено, что средняя длина цепи примерно равна шести, даже с учетом «истощения» (остановка передачи письма одним из участников)[17].

В 2011 году компания *Facebook* провела свой эксперимент вслед теории шести рукопожатий (которая к тому времени уже считалась доказанной), показав уменьшение количества связей между двумя любыми пользователями. Результат указал на то, что в современном соцсетевом мире число «звеньев» сократилось, их насчитали не 6, а 4,74. Через пять лет эксперты *Facebook* повторили эксперимент и установили, что среднее количество промежуточных социальных связей между незнакомцами сократилось до 3,57[18].

Итак, проследив зарождение соцсетевого подхода в науке и становление сопутствующих терминов, отметим, что с точки зрения сегодняшних практик

[16] Six Degrees. Wikipedia. The Free Encyclopedia. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/SixDegrees.com

[17] Dodds P. S., Muhamed R., Watts D. An Experemental Study Of Search In Global Social Networks // Science. 2003. URL: https://disco.ethz.ch/courses/fs10/seminar/paper/michael-6.pdf

[18] В *Facebook*dyjdm проверили теорию шести рукопожатий // Computer World. 26 февраля 2016. № 2 (875). С. 30.

социальная сеть – это платформа, онлайн-сервис или веб-сайт, предназначенные для построения, отражения и организации социальных взаимоотношений в интернете[19]. Именно в таком узком значении мы будем употреблять это словосочетание.

Чтобы лучше понять историю соцсетей в интернете, представим её разделённой на три этапа: предысторию, собственно историю и постисторию.

Предыстория – этап, на котором создаются предпосылки появления соцсетей во второй половине XX века (политические: кубинский ракетный кризис 1962 года, инициированная в 1980-х М. С. Горбачёвым перестройка, аннулирование СССР Б. Ельциным и научно-технические: появление интернета, его визуализация, проведённая Тимом Бернерсом-Ли при помощи таких новинок, как *www*, *html* и *http*).

История – это создание крупнейших мировых сетевых сервисов: *Friendster*, *MySpace*, *Facebook* и крупнейших национальных сервисов: «ВКонтакте» и «Одноклассники» в России в нулевые годы XXI века. Общая концепция социальных сетей была полностью сформирована в это время.

Постистория относится к ситуации на рубеже 2000–2010-х годов, когда рынок социальных сетей был полностью поделен такими крупными медиакомпаниями, как *Google*, *Facebook* и т. д., и были запущены новые проекты (*WhatsApp*, *Instagram*, *Periscope* и т. д.), вначале полностью независимые, но затем купленные и значительно продвинутые уже действующими на рынке медиа-гигантами. В этот период основные российские независимые социальные сети «*ВКонтакте»* и «*Одноклассники»* были полностью куплены гигантом *Mail.ru Group*.

---

[19] Социальная сеть // Википедия. Свободная энциклопедия. URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Социальная_сеть

Вопросы для самопроверки

- Когда интернет стал активно входить в жизнь обычных людей?
- Когда изменилось восприятие понятия *социальная сеть*?
- В чём разнится понимание *социальной сети* применительно к интернету?
- Кто являлся исследователем и пропагандистом *теории шести рукопожатий*?
- Удачнее ли доказывалась *теория шести рукопожатий* с применением интернет-технологий?
- Каков вклад экспертов *Facebook* в осмысление основного тезиса *маленького мира* (*шести степеней разделения*) Стэнли Милгрэма?
- Что такое предыстория социальных сетей? С какого момента уместно начинать её обзор?
- Каковы границы *истории* и *постистории* социальных сетей? С чем связано выделение этих периодов?
- Количество звеньев от одного жителя планеты до другого в современном мире увеличивается или уменьшается?

ТЕМА 3. ПРЕДЫСТОРИЯ СОЦСЕТЕЙ: РЕАЛИИ ХОЛОДНОЙ ВОЙНЫ И БИПОЛЯРНОГО МИРА

История социальных сетей тесно связана с политическими обстоятельствами и событиями середины XX века: окончанием II Мировой войны, созданием ООН, принятием важнейших международно-правовых документов (МПГП, ЕКПЧ), охлаждением отношений между Востоком и Западом. Нам особенно интересен момент появления интернета – прародителя социальных сетей.

Глобальная сеть изначально была результатом Холодной войны, великого противостояния блоков государств, которое разрывало человечество на два полюса («биполярный мир»), центром одного из которых был СССР, а другим – США. В 1960-е эта сеть была инициирована американским агентством *ARPA* как сеть под названием *ARPANET*.

1962: Холодная война и Карибский кризис: генезис Сети

Рассматривая хронологию событий конца 1962 года, мы не можем не отметить корреляцию двух масштабных мировых событий: создания *ARPANET* и Карибского кризиса.

В 1961 году США разместили в Турции (стране-участнице НАТО) ракеты средней дальности «Юпитер», которые беспрепятственно в силу малого подлётного времени могли достигнуть городов в западной части Советского Союза. В ответ на это летом 1962 года генеральный секретарь ЦК КПСС Н. С. Хрущёв инициировал размещение советских ракет на социалистической Кубе, которой угрожала американская интервенция. Ракеты в считанные секунды могли достичь США; в октябре 1962, когда ракеты были обнаружены самолётом США, мир встал на грань ядерной войны. В результате переговоров между Н. С. Хрущёвым и президентом США Дж. Кеннеди советские ракеты были демонтированы в обмен на гарантии США – убрать их ракеты из Турции и оставить попытки сменить государственный строй на Кубе[20].

Минобороны США тогда «посчитало, что на случай войны Америке нужна надёжная система передачи информации»[21]. Сверхактуальной стала возможность создания наукоёмкой компьютерной сети с возможностью децентрализации системы узлов связи (где все региональные узлы связи в сети были бы равноправны). Сеть, которая даже при разрушении её части (например, при нанесении ядерного удара со стороны СССР) останется работоспособной.

Соответствующими исследованиями занялась *ARPA* (Агентство перспективных исследовательских проектов – структура Министерства обороны США, созданная в ответ на запуск советского «Спутника-1» в 1957 году, который

[20] Карибский кризис // Википедия. URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Карибский_кризис
[21] ARPANET // Википедия. Свободная энциклопедия. URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/ARPANET

спровоцировал нарастание страхов в западных государствах из-за возникшего перевеса СССР в гонке ядерных вооружений[22]).

В середине 1962 года Джозеф Ликлайдер (Joseph Licklider) сформулировал свою концепцию «Межгалактической компьютерной сети»[23], а в октябре 1962 года (как раз во время Карибского кризиса) он присоединился к *ARPA*, чтобы воплотить эту концепцию в жизнь.

Другая концептуальная работа, использованная при закладывании основ *ARPANET* в 1962 году – «О распределенных коммуникационных сетях» Пола Бэрана (Paul Baran), который «взял на себя задачу разработки надёжной системы коммуникации, которая могла бы поддерживать связь между конечными точками в случае ущерба от ядерного удара противника во время Холодной войны»[24].

В 1965 году сотрудники *ARPA* Лоуренс Робертс (Lawrence Gilman Roberts) и Томас Меррилл (Thomas Merrill) связали два компьютера, один из которых находился в Массачусетсе, другой – в Калифорнии[25]; 5 декабря 1969 года уже 4 компьютера, находящиеся в разных частях США, были объединены в компьютерную сеть, получившую название *ARPANet*[26]. Эта сеть бурно развивалась в 1970-е – начале 1980-х, став одним из компонентов раннего интернета[27].

Таким образом, начальный шаг социальных сетей был вызван актуальными политическими причинами. Американский исследователь Б. М. Мерфи справедливо утверждает, что интернет «возник из потребностей Холодной войны»[28].

В 1984 году появилась международная любительская сеть «Фидонет» (*FidoNet*). Она была создана американским программистом Томом Дженнингсом (Thomas Jennings) в 1984 году и служила для передачи сообщений с электронных досок объявлений друг другу. Однако ее функционал оставался достаточно ограниченным (он никак не мог сравниться с появившимся позже революционным функционалом службы *WWW*) и позволял обмениваться почтой с другим узлом только в специально отведенный для этого час ночи.

---

[22] Sputnik crisis // Wikipedia. The Free Encyclopedia. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Sputnik_crisis
[23] История Интернета // Википедия. URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/История_ Интернета
[24] Paul Baran // Wikipedia. The Free Encyclopedia. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Paul_Baran
[25] Рождение Интернета // Развитие Интернета и его значение. URL: http://www.bizhit.ru/index/internet_kratkaja_istorija/0-492
[26] ARPANET // Wikipedia. The Free Encyclopedia. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/ARPANET
[27] ARPANET // Википедия. https://ru.wikipedia.org/wiki/ARPANET
[28] Murphy B. M.. Mapping the pre-history of cyberspace and the making of social movement computer networks, 1973-1993 (Ph.D. dissertation). Amherst: University of Massachusetts Amherst, 2001. База данных РИНЦ (eLIBRARY ID: 5255893) URL: https://www.elibrary.ru/item.asp?id=5255893

Рубеж 1980–1990-х годов: конец Холодной войны. Политические события, способствовавшие распространению интернета

Если предыдущий шаг в развитии предпосылок появления соцсетей был сделан на негативном политическом фоне, то следующий – на более позитивном фоне. Это перестройка, гласность, разоружение, инициированные в конце 1980-х годов лидером СССР Михаилом Горбачевым, за которыми последовало аннулирование Советского Союза Борисом Ельциным в конце 1991 года. К последнему можно относиться по-разному, однако весь комплекс событий положил конец биполярному миру Холодной войны и очистил путь к созданию нового многополярного мира.

Это привело к разрядке, ослаблению напряженности между разными странами, ликвидации биполярной системы международных отношений[29]. Политические, экономические, культурные отношения между различными странами улучшились; люди просто стали более дружелюбными друг к другу, что было почти невозможно во время Холодной войны.

А наука и техника, тесно связанные с политикой, дали свой ответ на новую ситуацию в мире изобретениями Тима Бернерса-Ли (Timothy John «Tim» Berners-Lee). Он сделал сеть видимой, доступной для обычного пользователя (не только для компьютерного специалиста, как это было в прошлые времена), и соединил все страны Всемирной паутиной. Это невозможно было бы реализовать в мире, разорванном на два антагонистических полюса.



Рис. 8. Тим Бергент-Ли, создатель *www, html, http*

Поэтому о появлении собственно интернета принято говорить в связи с его «Всемирной паутиной» – серией новаторств, осуществлённых им на рубеже 1980–1990-х: появление визуального, дружелюбного к пользователю интерфейса на языке *HTML*, службы *WWW*, протокола *HTTP* и пр.[30].

Итак, распространение интернета по миру стало возможным в связи с нормализацией международной обстановки, потеплением отношений между народами и отдельными людьми; наука и техника шли здесь след в след за позитивными политическими изменениями.

---

29 История новейшего времени: учебник и практикум для среднего профессионального образования / под редакцией В. Л. Хейфец. Москва: Издательство Юрайт, 2019. 345 с. С. 265–266. URL: https://urait.ru/viewer/istoriya-noveyshego-vremeni-442413#page/265

30 Бернерс-Ли Тим // Википедия. URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Бернерс-Ли,_Тим

Вопросы для самопроверки

- Что такое предыстория социальных сетей? От какого момента уместно отсчитывать её начало?
- Какие события и явления 1962 года имеют отношение к зарождению Всемирной сети?
- Что такое *ARPANET,* и какое отношение она имеет к интернету?
- Какие политические события повлияли на появление *ARPANET*?
- Какую дату можно считать началом для *ARPANET* (и вместе с тем – для будущей Всемирной сети)?
- Почему для создания Сети были важны работы Джозефа Ликлайдера и Пола Бэрана?
- Когда была создана сеть *FidoNet*?
- Почему распространение интернета и социальных сетей было весьма затруднительным во времена Холодной войны?
- Какие политические события и в какой стране положительно сказались на международной обстановке и стимулировали динамичное распространение интернета по всему миру?
- Что сделал Тим Бернерс-Ли? В чём значение его новаторств?

ТЕМА 4. ПРЕДЫСТОРИЯ СОЦСЕТЕЙ: СОЦИАЛЬНЫЕ ПРОЕКТЫ ВТОРОЙ ПОЛОВИНЫ 1990-х

В последующем развитии социальных интернет-ресурсов мы видим определенную логику, определяемую одним главным фактором: люди, в первую очередь, создали то, что им нужно больше всего. То, что они действительно упустили – дружбу, близкие отношения, любовь (что вряд ли было бы доступно без разрядки во время Холодной войны) – стало возможным после создания службы *WWW*.

1995, *Match.com*: онлайн-знакомства как послевоенный тренд

В начале 1995 года был запущен ресурс *Match.com* (основанный ещё в 1993 году). Он стал первым из известных ресурсов подобного рода и довольно скоро всемирно известным, одним из крупнейших сайтов онлайн-знакомств, оставаясь таковым по сей день[31].

Сервис охватывает более 50 стран, доступен на двенадцати языках; там можно было знакомиться, общаться, назначать свидания и т. д. Многие воспринимают его как главный ресурс этого типа, т. е. как сервис знакомств по умолчанию. Его огромная популярность стала показателем того, что люди, в первую очередь, хотели найти в интернете то, чего они не могли получить раньше в реальной жизни. Глобальное потепление в мировой политике и человеческих отношениях совпало в то время со значительным улучшением качества противозачаточных средств; это позволило рассматривать секс не только как средство размножения, но и как средство общения.



Рис. 9. Гари Креймен, создатель ресурса *Match.com*

Руководители *Matches.com* подчёркивают такие его свойства, как лёгкость и безопасность, заявляя, что найти партнёра онлайн порой легче, чем в реале.

Создателем этого ресурса является Гари Креймен (Gary Kremen), известный также тем, что первым зарегистрировал доменные имена *sex.com*, *jobs.com*, *housing.com* и *autos.com*. Являясь одной из живых легенд интернета, Креймен узнаётся многими как создатель самой идеи интернет-знакомств.

Нужно добавить, что сегодня современным продолжением *Match.com* является популярное мобильное приложение *Tinder* (оно тоже является частью компании *Match Group*). Главным действием в *Tinder* является «свайп» (swipe) – проведение пальцем в горизонтальном направлении. Когда пользователю показывают фотографии с именем и возрастом, пользователь может сделать свайп вправо, если считает совпадение удачным, и свайп влево – если нет.

[31] Matthews H. The History of Match.com (From 1993 to Today) // DatingNews.com. June 15, 2018. URL: https://www.datingnews.com/apps-and-sites/history-of-match/

Если два пользователя сделали свайп вправо по отношению друг к другу (такое совпадение и называется *match*), они могут начать чат[32].

Не стало случайностью, что Джонатан Абрамс, создатель *Friendster*, первой в мире социальной сети в интернете, отталкивался при его создании от структуры *Match.com*.

1995, *Classmates.com*: «найти одноклассников и коллег»

Первый серьёзный прообраз социальных сетей в интернете можно увидеть в 1995 году, когда в США появился портал *Classmates.com*. Создателем проекта стал Ренди Конрадс (Randy Conrads). Изначально *Classmates* («*Одноклассники»*) давал возможность поиска среди знакомых по детским садам, школам, колледжам, высшим учебным заведениям; позже стал возможным поиск по местам и годам службы в армии США[33].

Classmates – стал онлайн-ресурсом, известным по умолчанию в англоязычных странах, и также инициировавшим появление множества подобных сайтов по всему миру (*StayFriends* в Германии, Австрии, Швеции, *Trombi.com* во Франции, «*Одноклассники»* в России и т. д.). Итак, *Classmates* – с возможностью поиска одноклассников, сокурсников, коллег стал ещё одним сегментом, который люди могли освоить в виртуальном мире, реализуя свои давние потребности, возникшие в реальном мире.

Рис. 10. Ренди Конрадс, создатель *Classmates*

Не вполне правильным будет отнести *Classmates* к соцсетям. У данного проекта нет широты и тематического универсализма, свойственного *Facebook*, «*ВКонтакте»* и пр.: это узконаправленный проект, и уже из названия видно, что он направлен, прежде всего, на общение между близкими по возрасту воспитанниками различных образовательных структур, знакомыми по воинской службе.

Проект оказался весьма успешным, что в следующие несколько лет спровоцировало появление не одного десятка аналогичных сервисов. Через 11 лет и в России были созданы собственные «Одноклассники».

1996, *ICQ*: первый сервис мгновенных сообщений

В 1996 году израильтяне Арик Варди, Яир Голдфингер, Сефи Вигисер и Амнон Амир создали *ICQ* – мессенджер, ставший первым среди служб подобного рода. Он появился, когда ещё сам термин «мессенджер» был не в ходу, а на тот момент именовался «интернет-пейджер» – по аналогии с распространёнными тогда персональными устройствами для приёма сообщений. Несомненным достижением *ICQ* являлась возможность введения подробной публичной информации о пользователе (имя, фамилия, список увлечений, географическое

[32] Tinder // Wikipedia. The Free Encyclopedia. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Tinder_(app)
[33] Classmates.com // Wikipedia. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Classmates.com

местоположение, знание языков и пр.) и поиска по ней. Позже это подтолкнуло развитие подобных же опций в соцсетях и сделало более интересным выбор общения (не случайно аббревиатура может звучать как «I seek you» – «Я ищу тебя»).

ICQ стал следующим шагом в развитии социального пространства интернета: этот проект с самого начала не ограничивался онлайн-знакомствами и поиском одноклассников (как два предыдущих). Важно, что созданный позже *Match.com* и *Classmates*, *ICQ* уже имел гораздо более широкую базу для онлайн-общения в сравнении с ними. И это вдохновило появление многих подобных программ обмена сообщениями: *AIM* (1997, AOL), *Yahoo!Pager* (1998, *Yahoo*), *MSN Messenger* (1999, *Microsoft*), *QQ* (1999, китайская компания *Tensent*) и т. д.



Рис. 11. Логотип *ICQ*

Сегодня *ICQ* – владение *Mail.Ru Group* (вместе с «собственными» мессенджерами компании *Agent@Mail.ru* и «*ТамТам*»).

1999, *Livejournal*: прославляя длинные тексты

В 1999 году американцем Брэдом Фицпатриком (Brad Fitzpatrick) был создан *Livejournal* («Живой журнал»)[34] – крупнейшая блог-платформа мира (купленная в 2007 году российской компанией *Sup Media*). *Livejournal* сделал популярнейшей по всему миру идею блогов: онлайн-дневников с регулярно добавляемыми публикациями (постами).

В то время ведение блога, публикации длинных глубоких текстов и умное их комментирование стали способом интенсивного интеллектуального общения в интернете – того, чего порой могло не хватать в обычной жизни (это также стало тем, чего людям не хватало в СМИ: личностно окрашенного и при этом не ангажированного отношения к новостям). *Livejournal* стал одной из самых известных блог-платформ и ориентиром для других, последовавших за ним: *Blogger* (1999), *TypePad*, *WordPress*, *LiveInternet* (2003) и т. д. *MySpace*, запущенный в 2003 году, был не только крупнейшей службой социальных сетей, но также и блог-платформой. Так была освоена еще одна область социального пространства в интернете.



Рис. 12. Брэд Фицпатрик, создатель *Livejournal*

Блоги стали удачными наследниками литературы как вида искусства, для которого характерны длинные интеллектуальные тексты, развив эти тексты в сторону интерактивности, постоянного взаимодействия между автором и читателями (которые сами могли легко превращаться в авторов). Тексты на блог-платформах не только читаются, но и лайкаются, комментируются и переопубликовываются другими пользователями.

Со временем собственно текстовые блоги (под влиянием жёсткой конкуренции со стороны мессенджеров и соцсетей) начинают терять популярность,

[34] Живой журнал // Википедия. URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Живой_журнал

уступая одновременно место новым разновидностям блогинга: фотоблогингу и особенно видеоблогингу; который с расцветом *YouTube* стал популярнейшим блогсервисом 2010-х годов. Другим ударом по текстовому блогингу с его акцентом на длинных интеллектуальных текстах как способе отражения окружающей действительности стало появление в 2006 году микроблогингового сервиса *Twitter*: короткие тексты оказались более социально-востребованными, чем длинные.

Символично, что эта блог-платформа появилась в самом конце XX века (и в самом конце второго тысячелетия), потому что следующий, XXI век стал эпохой коротких текстов, которые больше подходят для быстрого отражения и изменчивой современной жизни.

Рубеж XX–XXI веков стал не только границей между предысторией и собственно историей соцсетей, но водоразделом между двумя эпохами: текстоцентричной (несколько предыдущих веков) и мультимедиацентричной – эпохой, которая вводит нас в третье тысячелетие с новыми приоритетами, с потребителем, который ориентирован не столько на текст, сколько на изображение, видео, звук. Такой вид блогов, включающий общение с длинными интеллектуальными текстами, стал кульминацией многовековой традиции, когда большие книжные тексты были средством выражения чьего-то познания мира, происходящих в нем явлений.

Таким образом, можно констатировать, что *Match.com*, *Classmates.com*, *ICQ*, *Livejournal* (и аналогичные онлайн-ресурсы) в конце XX века проложили путь, создали предпосылки для появления *Friendster*, *MySpace*, *Facebook*, «*ВКонтакте»,* и т. д. – универсальных социальных сервисов, которые включают в себя общение по любой теме представителей любой национальности, возраста, пола, увлечений, и пр. Их можно назвать настоящими полноценными социальными сетями. Символично также, что они были запущены только в начале XXI века (и в начале второго тысячелетия).

Итак, мы видим, что политические и социальные предпосылки были очень важны для возникновения социальных платформ XX века; они действительно были продуктом более благополучной политической ситуации после Холодной войны, ситуации многополярного мира.

Вопросы для самопроверки

- Почему крупные социальные проекты (*Match.com*, *Classmates.com*, *ICQ*, *Livejournal*) смогли появиться именно в это время? Какие политические процессы этому способствовали?
- Что пытались реализовать люди в проектах второй половины 1990-х? В чём логика их появления?
- Какие социальные ресурсы появились в интернете первыми и почему?
- Для каких целей создавался ресурс *Matches.com*, какие потребности он был призван реализовать?
- Когда появился ресурс *Classmates.com*, на какую аудиторию и на какие задачи он был рассчитан?
- Что такое *ICQ*, в чём было новаторство этого сервиса?
- Когда появился социальный ресурс *Livejournal*, какие потребности он реализовывал и какую тенденцию выражал?
- Что такое блогинг? Какая из его форм появилась в конце XIX века, и какие формы возникли позже?
- В чём значение появившихся в конце XX века социальных сервисов – таких как *Match.com*, *Classmates.com*, *ICQ*, *Livejournal*? Какую роль они сыграли для социальных сетей XXI века?

Тема 5. История. Соцсети общего назначения: пионеры и лидеры (*Friendster*, *MySpace*, *Facebook*)

Если мы говорим об истории социальных сетей как таковых, мы должны начать ее с первого десятилетия 2000-х годов – периода, наполненного различными событиями и переменами.

В начале 2000-х годов во многих странах мира сменились президенты. В 2000–2001 гг. Россию возглавил Владимир Путин, США – Джордж Буш. Однако атаки 11 сентября 2001 года (и последовавшая за ними «Война террора») даже при всей их серьезности не привели к новой мировой конфронтации или новому раунду Холодной войны.

2000-е годы были отмечены значительным экономическим бумом в Азии. Экономический рост сопровождался ростом цен на нефть, что было благоприятно для России. Цифровые технологии получили широкое распространение, начала процветать электронная коммерция[35]. Но основным содержанием первого десятилетия 2000-х годов было быстрое развитие интернета (лопнувший на рубеже 1990–2000-х годов пузырь доткомов[36] был признаком его роста) и его быстрое распространение в мире, свободном от страхов Холодной войны, – мире разрядки, без ожесточенного противостояния двух сверхдержав. Именно в нём мог появиться такой феномен, как социальные сети.

Появление первых настоящих социальных сетей в первые годы XXI века также имеет свою логику. Эта логика похожа на логику появления социальных сервисов 1990-х годов: новые проекты занимают те ниши, которые еще не были заняты предыдущими проектами.

Friendster (2002): классика социальных сетей

Friendster – это первая в мире крупная социальная сеть. Она основана американцем Джонатаном Абрамсом (Jonathan Abrams) в 2002 году. Изначально он опирался на концепцию хорошо известного тогда ресурса США *Match.com*, но расширил её, сделал более универсальной (не сводящейся теперь исключительно к знакомствам).

Главной концептуальной идеей Абрамса была мысль о том, что новых друзей можно удачно найти среди друзей своих друзей (у которых, в свою очередь, есть друзья, которые тоже хотят новых знакомств). Благодаря популярности *Friendster* само понятие *friend* (*друг*) стало своеобразным соцсетевым архетипом: оно заимствовалось во многие языки именно в этой транскрипционной форме: так в нашем языке мы различаем собственно друга в реальном («неинтернетном») мире и френда, знакомого в соцсетях. Интересно, что по аналогии были созданы соцсетевые неологизмы *Catster* и *Dogster* – для называния тематических соцсетей в сфере любителей собачьих и кошачьих.

---

[35] 2000-егоды // Википедия. Свободная энциклопедия. URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/2000-е_годы.

[36] Пузырь доткомов // Википедия. Свободная энциклопедия. URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Пузырь_доткомов.

Это дало миру социальных коммуникаций очень важную и актуальную концепцию, которая была даже частью его названия и ключевой особенностью его модели общения: поиск друзей возможен между друзьями ваших друзей, а затем – между друзьями их друзей, вовлекая открытый Стэнли Милгрэмом феномен «маленького мира». Создание «друзей» в интернете стало неотъемлемой частью новой мировой сетевой культуры. И это стало важной характеристикой многополярного мира после Холодной войны, когда люди из разных городов и стран могли стать друзьями в таких социальных сетях.

Несмотря на то, что ресурс не был пионером на поле соцсетей, как специфических платформ для общения в интернете (до него уже возникли такие проекты, как *SixDegrees.com* в 1997 и *Makeoutclub* в 1999 году), именно *Friendster* стал первым из социальных ресурсов, чьё число пользователей перевалило за миллион.



Рис. 13. Джонатан Абрамс, создатель *Friendster* – первой из крупнейших соцсетей

По образцу *Friendster* были созданы и первые тематические соцсети: ***LinkedIn*** – соцсеть для общения профессионалов (2003), ***Catster*** и ***Dogster*** (2004) – сети для любителей кошек и собак, более универсально ориентированная соцсеть – *Google* ***Orkut*** (2004–2014) и др.

Пик популярности *Friendster* пришёлся на период 2002–2005. Однако конкуренция со стороны появившихся вслед за ним (и отчасти опиравшихся на его модель) *MySpace* и *Facebook* привела к значительному оттоку пользователей, поставившего сеть на грань коммерческого выживания. В 2011 году дирекция *Friendster* попыталась перепрофилировать её в качестве игрового ресурса; на тот момент количество пользователей (прежде всего из стран Азии) было выше 115 миллионов. Однако эта мера принесла лишь временный успех: *Friendster* не выдержал конкуренции с подобными ресурсами: с 2015 году ресурс был сначала временно, а к 2018 году – полностью закрыт.

Friendster – первая социальная сеть с такими знакомыми, «классическими» атрибутами, как универсальность общения (в отличие от *Match.com*, ориентированного на знакомства, и *Classmates.com*, ориентированного на контакты с учениками и коллегами), возможность заводить друзей, сервис личных сообщений, новостная стена, возможность делиться видео, фотографиями, сообщениями и комментариями с другими участниками. *Friendster* представил другим появляющимся социальным сетям определённый стандарт для этого типа ресурсов.

MySpace (2003): мое виртуальное место и мультимедийный гуру

MySpace («Моё место») – международная социальная сеть, сайт сетевых сообществ и блог-платформа, в которой представлена возможность создания сообществ: по интересам, персональных профилей, возможность ведения блогов, размещения фото- и видеоконтента, а также возможность прослушивания

аудиотреков популярных исполнителей. Штаб-квартира расположена в Беверли-Хиллз (Калифорния, США).

Название сети переводится как «моё пространство», «моё место»; и действительно, её появление стало большим прорывом в плане обустройства простым пользователем своего присутствия в интернете: это место можно было сделать по-настоящему уютным, красивым, удобным. При регистрации аккаунта предлагалось выбрать для него один из нескольких интересных бесплатных шаблонов (а возможности платных, в плане дизайна, были порой просто ошеломительными); дальнейшая настройка шаблона проводилась пользователем самостоятельно в соответствии с его вкусом и видением.

Странички в *MySpace*, как правило, старались оформлять красиво и интересно; благодаря акценту на подаче впервые аккаунт в соцсети смог по праву играть роль личного представительства, персонального сайта в интернете.

Кроме того, основатели *MySpace* Крис ДеВулф (Chris DeWolfe) и Том Андерсон (Tom Anderson) в начале создания сети делали большую ставку на музыкантов, часто лично договариваясь с членами различных музыкальных коллективов, чтобы те становились участниками сети и позволяли другим её участникам бесплатно прослушивать их музыку, смотреть видео и пр.



Рис. 14. Создатели *MySpace* Крис ДеВулф и Том Андерсон

С той же целью туда привлекались фотографы, художники, дизайнеры и прочие творческие люди. За счёт этого *MySpace* вскоре стал самой крупной по количеству мультимедийного контента соцсетью и сделал это новым трендом в сфере социальных коммуникаций. Единицей общения отныне стало не только слово, но и картинка, видеоклип, музыкальный трек и пр. Особо важным умением в *MySpace* считалось умение оформить сообщение другому пользователю или оставить поздравление на его стене. Этому способствовала также возможность поэкспериментировать со шрифтом (его типом, величиной, цветом, динамикой и пр.), другими (прежде всего – мультимедийными) элементами и даже самим исходным кодом сообщения, в результате чего создавались тысячи прекрасных по своей эстетике сообщений и постов.

MySpace даже запустил собственный музыкальный звукозаписывающий лейбл (*MySpace Records*), затем – платформу для видео (*MySpaceTV*), платформу компьютерных игр (*MySpace Games Lab*)[37] и даже блог-платформу, чтобы сделать доступным для пользователя различные мультимедийные форматы. Все это сделало пространство их пользователей более обширным, разнообразным и увлекательным.

[37] Features. MySpace // Wikipedia. The Free Encyclopedia. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Myspace#Features.

Благодаря такой сложной, красивой и глубоко продуманной концепции ресурс довольно быстро стал обгонять и существенно теснить своего ближайшего конкурента *Friendster*.

Кроме того, *My Space* как социальная сеть сделал ещё один шаг в понимании *маленького мира* (*Small world*) – феномена, исследованного американским исследователем Стэнли Милгрэмом, который ещё в конце 1960-х предположил, что современное человечество становится всё *меньше*, то есть доступнее для коммуникаций в планетарном масштабе. *Six degrees of separation*, шесть степеней разделения, которые, по Милгрэму, в среднем нужно преодолеть, чтобы любой человек смог контактировать с любым другим, социальная сеть *My Space* сокращала до двух. Только что зарегистрированный пользователь сети сразу получал в друзья Тома Андерсена, одного из её создателей (весь мир тогда знал это лицо, опознавая его как *Тома из MySpace*); соответственно, любого другого её пользователя он знал через «рукопожатие» Тома.

С 2005 по 2008 *MySpace* был крупнейшей в мире соцсетью; в июне 2006 превзошёл *Google*, став самым посещаемым ресурсом в США. В 2005–2011 *MySpace* принадлежал концерну *News Corporation* Руперта Мёрдока.

Одним из совладельцев компании «Specific Media», владевшей *MySpace*, являлся известный американский поп-исполнитель Джастин Тимберлейк. В 2016 году *MySpace* был куплен медиакорпорацией *Time Inc*. А ее, в свою очередь, в 2018 присоединила к себе *Meredith Corporation*.

18 января 2008 года была запущена бета-версия MySpace на русском языке. Однако уже через полтора года было объявлено об окончательном закрытии российского подразделения. Генеральный директор русского *MySpace* Александр Туркот объяснил закрытие категорическим нежеланием Руперта Мёрдока развивать сеть в России. Тем не менее, сохранены русскоязычный интерфейс и профили российских пользователей.

С определённого момента посещаемость *MySpace* стала неуклонно снижаться. Безусловно, «убийцей» *MySpace* стала конкурирующая социальная сеть *Facebook*. Сейчас на *MySpace* зарегистрировано более 25,1 млн. пользователей, но это далеко от её прежних показателей.

Таким образом, значение *MySpace* в сфере социальных коммуникаций заключалось в формировании нового восприятия аккаунта социальных сетей – он мог теперь играть роль личного сайта, онлайн-представительства человека. Также его значение в том, что различные формы мультимедийного контента с его подачи теперь приобрели значение в качестве единиц коммуникации.

***Facebook* (2004): соцсетевой гигант и убийца. Почему?**

Facebook – крупнейшая социальная сеть в мире, основанная 4 февраля 2004 года американцем Марком Цукербергом (Mark Zuckerberg) и его соседями по комнате во время обучения в Гарвардском университете – Эдуардо Саверином, Дастином Московицем и Крисом Хьюзом (Eduardo Saverin, Dustin Moskovitz, Chris Hughes).



Рис. 15. Основатель *Facebook*
Марк Цукерберг

Первоначально ресурс назывался *The Facebook* и был доступен только для студентов Гарвардского университета. Затем регистрацию на ресурсе открыли для других университетов Бостона, а затем и для студентов любых учебных учреждений США, имеющих электронный адрес в домене .edu. В марте 2004 года аудитория *Facebook* была расширена до Стэнфорда, Колумбийского и Йельского университетов. Позже он открылся и в других университетах Лиги Плюща, Бостонском университете, Нью-Йоркском университете, Массачусетском технологическом институте, а затем и в большинстве университетов Канады и США.

Начиная с сентября 2006 года, ресурс стал доступен для всех пользователей интернета в возрасте от 16 лет, имеющих адрес электронной почты.

Благодаря простоте регистрации, лёгкости и быстроте кода соцсети, *Facebook* вскоре не просто обогнал своих конкурентов *Friendster* и *MySpace*, но стал одним из самых посещаемых интернет-ресурсов планеты. Он не требовал долгой и тщательной настройки учетной записи пользователя так, как это было в случае с прекрасным, пёстрым, изощренным дизайном *MySpace*.

Дизайн *Facebook* был более демократичным, скромным, лаконичным дизайном; к тому же, что немаловажно для довольно медленного интернета той поры, требовал меньше времени для загрузки. Новый пользователь мог создать учетную запись *Facebook* за полминуты, сразу же броситься искать друзей; при этом он не чувствовал себя униженным, если аккаунты его друзей были круче, привлекательнее и моднее.

Вот почему *Facebook* захватил мир: когда интернет-пользователь встал перед выбором: красивый, но давно настроенный или скромный, но быстро осваиваемый интерфейс, выбор массы был не в пользу интересного и красивого дизайна, а того, который требовал меньше времени на настройку.

Facebook входит в пятёрку: наиболее посещаемых веб-ресурсов мира. На январь 2018 года аудитория *Facebook* составила 2,2 млрд. пользователей. Марк Цукерберг в 23 года стал самым молодым миллиардером планеты.

Считается, что *Facebook* уступает местным соцсетям (в частности, «*ВКонтакте*»), в плане удобства интерфейса, устройства френдленты, скорости работы; многих также раздражает чрезмерное количество рекламы.

Фильм «Социальная сеть» режиссёра Дэвида Финчера, посвящённый истории создания *Facebook*, был признан лучшим фильмом 2010 года в драматическом жанре.

В ряде стран мира государство принудило местных интернет-провайдеров закрыть пользователям доступ к *Facebook*. К этим государствам относятся: Иран, Китай, Пакистан, Сирия, Бангладеш, Туркменистан, Таджикистан. Чаще

всего запрет связан с политическими процессами, происходящими в стране или в качестве меры по борьбе с религиозным инакомыслием.

Вопросы для самопроверки

- Какие политические и экономические события стали фоном для появления крупнейших мировых социальных сетей в 2002–2004 годах?
- Почему различные социальные ресурсы особенно бурно стали расцветать именно в начале XXI века?
- От структуры какого социального ресурса отталкивался Джонатам Абрамс при создании социальной сети *Friendster*?
- Откуда берёт исток соцсетевой концепт *френда* – знакомого, друга по социальной сети?
- Какое значение имело создание ресурса *Friendster* для будущих социальных сетей?
- За счёт каких особенностей *MySpace* его создатели продвигали эту социальную сеть?
- Что означает название *MySpace*? Связано ли оно с новыми опциями в его структуре?
- Какими новшествами обогатил *MySpace* социальный сектор интернета?
- Как обновил *MySpace* популярный концепт *шести рукопожатий*?
- Что значит название *Facebook*? С какими уже сложившимися в молодёжной культуре феноменами оно коррелирует?
- За счёт, каких сильных сторон *Facebook* смог далеко оттеснить *Friendster* и *MySpace* и стать лидером мировых социальных сетей?
- С чем связаны запреты на использование соцсетей в некоторых азиатских странах?

ТЕМА 6. ИСТОРИЯ:
СПЕЦИФИКА ПОЯВЛЕНИЯ РОССИЙСКИХ СОЦСЕТЕЙ

«ВКонтакте» (2006): главная российская соцсеть

«ВКонтакте» – крупнейшая русскоязычная социальная сеть, запущенная Павлом Дуровым. Интересно, что две крупнейшие российские социальные сети (*«ВКонтакте»* и *«Одноклассники»*) были запущены в том же году в той же стране, обе – как независимые ресурсы. Оба проекта были ориентированы на модели социальных сайтов США (*Facebook* для *«ВКонтакте»* и *Classmates* для *«Одноклассников»*).



Рис. 16. Логотип социальной сети *ВКонтакте*

Оба сменили свой URL, с длинного и неудобного на короткий и приятный (*vkontakte.ru* – на *vk.com*; *odnoklassniki.ru* – на *ok.ru*). Оба их основателя: Павел Дуров и Альберт Попков выглядят как олицетворение аудитории созданных ими соцсетей: оба покинули свои проекты после полного приобретения их *Mail.ru Group* (в 2014 и 2009 годах).

Но аудитория «*ВКонтакте»* – молодые интеллектуалы из крупных и средних городов. Основной сегмент аудитории «*Одноклассников»* – это люди от 35 до 60 малых городов и сельской местности. «*ВКонтакте»* – сложный и интересный сервис с большим количеством настроек и поисковых фильтров; «*Одноклассники»* более просты в оформлении и настройках поиска, с большими надписями и значками, которые более понятны для пожилых и не особо сведущих в интернет-технологиях людей.

«ВКонтакте» имеет большой доход от рекламы. Одноклассники пытаются монетизировать многие свои варианты. После введения платной регистрации в 2008 году популярность «Одноклассников» резко упала, и пользователи стали перебегать к конкуренту – «*ВКонтакте»*.

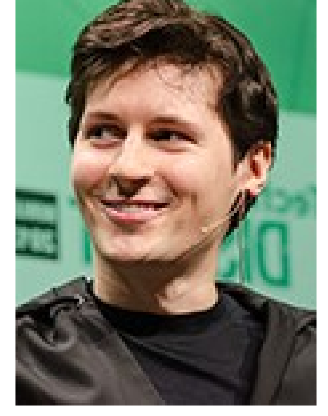


Рис. 17. Павел Дуров, основатель «*ВКонтакте»*

«ВКонтакте» сохраняет статус крупнейшей в России соцсети более десяти лет. Ежемесячная аудитория «*ВКонтакте»* составляет 97 миллионов человек; «*Одноклассников* «– 71 миллион (Одноклассники РИФ, 2018). «*ВКонтакте*» есть более активные авторы, и они пишут гораздо больше текстов.

Итак, основатель «*ВКонтакте»* Павел Дуров – выпускник филологического факультета Санкт-Петербургского государственного университета. Программированием он увлекался с детства; во время учебы в университете создал несколько популярных среди студентов интернет-проектов, например, ресурс для студентов и выпускников СПбГУ (http://spbgu.ru/).

Запущенный 10 октября 2006 года ресурс изначально позиционировал себя в качестве социальной сети студентов и выпускников российских вузов, но затем его аудитория значительно расширилась, стала более универсальной по социальному статусу и возрасту участников.

В 2012 году ресурс полностью переехал с *vkontakte.ru* на новый адрес *vk.com* (доменное имя *vk.com* было куплено ещё в сентябре 2009).

24 января 2014 года стало известно, что Павел Дуров продал свою долю в компании.

В 2016 году компания запустила новый продукт – фотоприложение *Snapster* (проект закрылся в 2017).

Сегодня «*Вконтакте»* является первым (в некоторых случаях – вторым, после «*Яндекса»*) по популярности интернет-ресурсом в России и на Украине, 6–7-м – в мире. Аудитория «*ВКонтакте»* – 97 млн. пользователей в месяц[38], всего на 2017 год было зарегистрировано более 460 миллионов пользователей[39].

По данным на 15 июля 2015, среднесуточная аудитория составляет 64,6 млн. посетителей; официальные данные о среднемесячной активной аудитории на протяжении уже нескольких лет представляют цифру 97 млн. пользователей[40].

«Одноклассники» (2006): *вторая взрослая*

Вторая из крупнейших русскоязычных социальных сетей, созданная известным программистом Альбертом Попковым.

Уже в советское время Попков сотрудничал с НИИ «СчётМаш», написав более сотни обучающих и игровых программ для школьников. В конце 1990-х годов Попков сотрудничал с зарубежными компаниями. Работал над проектами: «Саймон энд Шустер» (Simon & Schuster), «Кэнон» (Canon), порталом полиции Нью-Йорка и сайтом одного из кандидатов в президенты США; в 2000 году принимал активное участие в создании ресурса *192.com* – крупного справочного портала Великобритании.



Рис. 18. Альберт Попков, создатель соцсети *«Одноклассники»*

В марте 2006 года Альберт Попков на собственные деньги (вначале как хобби) создал «*Одноклассники»*. Однако проект очень быстро набирал популярность, нашёлся инвестор для него. Ресурс рос, обрастая новыми функциями и возможностями: появился просмотр списка гостей, отображение «друзей моих друзей», выделение «любимых друзей», совершенствовался поиск и т. д.

---

38 О нас // ВКонтакте. URL: https://vk.com/about

39 ВКонтакте // Википедия. Свободная энциклопедия. https://ru.wikipedia.org/wiki/ВКонтакте.

40 Соединяем людей, сервисы и компании // Вконтакте. О нас. URL: https://vk.com/about

Первые годы существования сеть испытывала большие финансовые проблемы, которые Альберт Попков старался поправить за счёт монетизации ресурса. Два года (с октября 2008 по сентябрь 2010) в «Одноклассниках» была возможна лишь платная регистрация; по сей день сеть характеризуется обилием платных сервисов (подарки, открытки, оценки, невидимость и пр.). В августе 2010 года «*Одноклассники»* полностью покупает *Mail.ru Group*; соцсеть становится частью её многочисленных интернет-владений. Вливания *Mail.ru Group* укрепили позиции соцсети: функционал и количество пользователей ещё больше выросли, увеличилась и прибыль.

К нынешнему времени ресурс насчитывает (апрель 2018 года) 71 млн. активных пользователей ежемесячно[41].

Стоит добавить, что за «*Одноклассниками»* прочно закрепилась репутация «региональной» (провинциальной) и «возрастной» сети, хотя аналитики *Mail.ru Group* утверждают, что не более 40 % её аудитории проживает в небольших населённых пунктах численностью до 100 тыс. и менее[42]. Владельцы сети (*Mail.ru Group*) нередко пытаются развеять представление о преимущественно возрастной аудитории сети.

Однако даже особенности её дизайна (нарочито крупные шрифты и изображения, подчёркнуто простая навигация и поиск) наталкивают на мысль, что она рассчитана на немолодую аудиторию, не особо разбирающуюся в интернет-технологиях, приходящую туда, чтобы «вспомнить былое» со своими давними знакомыми и друзьями. Популярная шутка об «*Одноклассниках»* гласит, что странички в ней для тех, кто хочет найти там своих друзей, создают их дети и внуки, давая им первые уроки пользования.

Badoo (2006): зарубежный россиянин

Перечень значимых событий 2006 года в России стоит закончить ещё одним: в этом году возникла сеть знакомств *Badoo*, созданная россиянином Андреем Андреевым в Лондоне.

Были вложены значительные усилия в её раскрутку: она рекламировалась практически на всех крупных социальных ресурсах. В июле 2011 года *Badoo* поднялась до 59-го места в рейтинге самых посещаемых сайтов в мире с посещаемостью в 47 миллионов уникальных пользователей в месяц, сместив портал *CNN.com* на 60-е место. Сегодня она весьма популярна за рубежом – в Латинской Америке, Испании, Италии и Франции; общее число её пользователей приближается к полумиллиону.



Рис. 19. Андрей Андреев, создатель *Badoo*

---

[41] Россохина В. РИФ 2018: свежие данные по аудитории «Одноклассников» // Лайкни. 26.04.2018. URL: https://www.likeni.ru/events/rif-2018-svezhie-dannye-po-auditorii-odnoklassnikov/

[42] Мифы и правда об аудитории сети *Одноклассники* // SMM Planner. Блог о маркетинге в соц. Сетях. 26 марта 2018. URL: https://smmplanner.com/blog/mify-i-pravda-ob-auditorii-seti-odnoklassniki/

Badoo имеет массу опций: облегчающих процесс знакомства и общения участников и поощряющих наиболее активных из них (и, напротив, уменьшающих рейтинг тех, кто зарегистрировался, но мало пользуется соцсетью). В добавление к веб-версии довольно быстро *Badoo* запустила мобильное приложение, также отличающееся удобством пользования. Кроме того, *Badoo* имеет различные функции, обеспечивающие безопасность участников, чтобы обеспечить «реальность» общающихся, например, опцию *selfie request*, благодаря которой женщина может попросить мужчину, с которым общается, отправить селфи в доказательство того, что он – именно тот человек, что и на фотографиях аккаунта.

***МойМир* (2007): большие ожидания и сомнительные перспективы**

«Мой мир» был, пожалуй, самым амбициозным и перспективным соцсетевым проектом в России. *Mail.ru Group* (известная как владелец самого популярного почтового сервиса и крупной поисковой системы) запустила его, создавая единый интерфейс для своих уже раскрученных сервисов (*Блоги@Mail.ru*, *Видео@Mail.ru*, *Фото@ Mail.Ru*, *Ответы@Mail.ru*). *Mail.ru Group* успешно продвигал этот проект, наполняя его легальным видеоконтентом по контрактам с российскими телеканалами и онлайн-кинотеатрами, а также разрабатывая приложения для онлайн-игр. Но тот же контент появился «*ВКонтакте*», и «*Мой Мир*» начал терять свою аудиторию.



Рис. 20. Логотип *Мой мир*

В течение некоторого времени администрация *Mail.ru Group* пыталась сохранить место своего социального сайта в российской тройке, автоматически считая новых пользователей *Mail.ru* участниками сети «*Мой Мир*». Но это не помогло: аудитория «*Моего Мира*» сократилась с 2014 по 2019 год с 25 до 5 млн. пользователей, и теперь этот ресурс не упоминается в обзорах крупнейших социальных сетей страны.

Вопросы для самопроверки

- В каком году началось создание крупнейших российских социальных сетей? Кто является их создателями?
- В чём сходство двух крупнейших российских соцсетей? В чём различие?
- Когда и почему создатели двух крупнейших социальных сетей покинули свои проекты?
- Какая российская социальная сеть является крупнейшей и почему?
- Кто составляет основное ядро пользователей «*ВКонтакте*»?
- Какова ежемесячная аудитория соцсети «*ВКонтакте*»?
- Какие ещё интернет-проекты Павла Дурова можно назвать?
- Кто составляет основное ядро пользователей «*Одноклассников*»? Чем аудитория «*Одноклассников*» отличается от аудитории «*ВКонтакте*»?
- Какая компания и когда купила соцсети «*ВКонтакте*» и «*Одноклассники*»?
- Когда и кем была создана социальная сеть «*Мой Мир*»? Какие особенности её отличали?
- Какие социальные сервисы *Mail.ru Group* хотела объединить в своём амбициозном проекте «*Мой Мир*»? Каковы причины упадка соцсети?
- Какими социальными сервисами владеет сегодня *Mail.ru Group*?
- Когда и кем была создана социальная сеть *Badoo*? Где находится её штаб-квартира?
- В чём специфика социальной сети *Badoo*?

ТЕМА 7. ИСТОРИЯ: БОЛЬШИЕ И МАЛЕНЬКИЕ РЕВОЛЮЦИИ (*Skype*, *YouTube*, *Twitter*)

Вместе с появлением соцсетей рубеж II и III тысячелетий был эпохальным в плане появления сразу нескольких социальных сервисов, каждый из которых был переворотом (или симптомом такого переворота) в определённой области; в целом их появление способствовало существенной, даже радикальной демократизации в сфере медиа.

Сегодня эти сервисы кажутся нам давно привычными, однако настоящее их значение мы можем понять, представив их в контексте всего предыдущего развития человечества.

Skype (2003): видеосвязь – народу!

Skype, сервис голосовых и видео сообщений, был создан эстонскими программистами: Ахти Хейнла, Прийтом Казесалу и Яаном Таллинн.



Рис. 21. Логотип *Skype*

Его революционность была в том, что он впервые в истории человечества сделал видеосвязь возможной для обычного гражданина (в отличие от появившихся ещё в 1960-х очень дорогих в использовании видеофонов, пользование которыми могли себе позволить лишь достаточно богатые люди).

Видеотелефония, как новый сервис, развивался вплоть до 1990-х, когда стало очевидно, что распространение этого типа коммуникаций требует очень больших финансовых вложений, что, в конечном счёте, скажется на цене за пользование услугой: она вряд ли устроит массового потребителя.

С другой стороны, на рубеже 1990-2000 начались различные эксперименты с IP-телефонией, с передачей голоса и изображения на расстоянии на основе уже имеющихся интернет-коммуникаций. И самой удачной попыткой как раз стало создание в 2003 году *Skype* – программы для текстовой, голосовой и видеосвязи через интернет. Как и ранее в мессенджере *ICQ*, там была реализована возможность поиска по имени и нику пользователей, и общение становилось возможным после принятия запроса на дружбу участником, с которым нужно было пообщаться.

Чуть позже *Skype* подстегнул создание соответствующих опций в мессенджерах типа *ICQ, WhatsApp*, *Viber* и пр. поскольку этот сервис приучил интернет-пользователя к тому, что видеосвязь – это необходимый и даже подразумевающийся элемент коммуникации.

Skype был куплен компанией *Microsoft* в 2011 году; к 2016 году *Skype* имел 300 млн. активных пользователей в месяц. Сегодня *Skype* может восприниматься просто, как один из мессенджеров в мобильном устройстве, однако

это не умаляет его роли, как инициатора «видеореволюции» начала XXI века. *Skype* доступен на 108 языках.

YouTube (2005): мировой видеохостинг по умолчанию

YouTube – ресурс, вскоре ставший крупнейшим мировым видеохостингом, был создан в феврале 2005 года Чадом Херли, Стивом Ченом и Джаведом Каримом и уже в 2006 году купленный *Google*. Это ресурс, куда сегодня по умолчанию загружают видео пользователи десятков стран. К середине 2017 года ресурс ежемесячно посещали 1,5 млрд. зарегистрированных пользователей.

YouTube стал выразителем (и сам, как таковой, крупнейшим представителем) двух значимых общемировых тенденций:

С одной стороны, это **цифрование медиаконтента** – процесс, который развернулся в планетарном масштабе. В цифру переводили тексты (так возникли крупнейшие цифровые хранилища книг типа *Google Books*, «*Библиотеки Гуттенберга*», библиотеки Машкова в России и пр.), изображения (с появлением в интернете огромного количества социальных фотохостингов типа *Flicr*, *Pinterest*, *Instagram*, «*Яндекс.Фотки*» и пр.), видео (с созданием таких ресурсов, как *Vimeo*, *Dailymotion*, в России – *RuTube*, *Smotri*). В цифру с кассет и бобин переводились старые фильмы, видеозаписи, целые национальные фильмотеки: таким образом, видеоконтент уберегался от порчи, неизбежной для плёнки, а новый контент постепенно стал создаваться сразу же на цифровых устройствах и носителях.

С другой стороны, это **персонализация медиаконтента**, персонализация самого творческого акта. Ранее он был уделом «больших» медиакомпаний: студий звукозаписи, кинокомпаний, телеканалов и пр.; отныне он становится доступен практически каждому пользователю, имеющему собственную камеру или даже просто мобильный телефон.

Именно в этом – в прямо-таки революционной демократизации процесса производства медиапродукта (в данном случае – видеопродукта) состоит значение *You Tube* как современного сервиса. В этом смысле знаковым, лейтмотивным стало название, которое создатели дали своему ресурсу: *You Tube* можно перевести с молодёжного жаргона, как: «*ты вещаешь*, *ты транслируешь себя*» (существительное «*tube*» может означать «*телевизор*» или даже массмедиа вообще).



Рис. 22. Логотип *YouTube*

То есть теперь к процессу, ранее требовавшему больших денег и материальных ресурсов, мог быть приобщён обычный человек. Самореализация, самовыражение, трансляция себя – это то, с чем в культурном плане можно связывать *YouTube*. Неслучайно первой среди важнейших своих ценностей ресурс называет *возможность высказываться*. Эта мысль – самая первая в разделе «About»: «Наша цель – дать каждому возможность узнать больше о мире во-

круг и выразить себя. Мы убеждены, что мир станет лучше, если каждый сможет делиться своими мыслями, и все будут прислушиваться друг к другу»[43].

Twitter (2006): короткие тесты как выражение эпохи

Twitter (от английского глагола *tweet – чирикать, щебетать, болтать*) – микроблогинговый сервис для публичного обмена сообщениями, созданный в 2006 году Джеком Дорси, также стал знаменательным событием (а сам Дорси стал одной из культовых фигур интернета). Публикация заметок в форме, отчасти напоминавшей короткий пост на текстовой блог-платформе, получила, в случае с *Twitter,* название «микроблогинг», но не сводилась к предшествующей традиции, напротив, даже противоречила ей.



Рис. 23. Джек Дорси, создатель *Twitter*

Бешеная популярность *Twitter* способствовала тому, что в обиход вошли **короткие тексты**. Ежечасно, ежеминутно, ежесекундно сотни миллионов пользователей *Twitter* отправляли в свои ленты сообщения о том, что с ними происходит, какие события имеют место рядом с ними, что они видят своими глазами; каналы на *Twitter* стали заводить политики, публичные фигуры, музыканты, актёры, спортсмены и т. д.

Поисковик *Twitter* позволял мгновенно узнать, что происходит в том или ином месте (или что происходит с той или иной общественной фигурой, потому что публичная жизнь таковых стала всесторонне освещаться многочисленными твиттерянами). (Эту миссию – ежесекундного освещения событий на планете – продолжил купленный *Twitter* сервис потокового видеовещания *Periscope*: то, о чём *Twitter* рассказывал при помощи слов, *Periscope* показывал в виде трансляций в режиме реального времени из разных уголков земного шара).

На некоторое время люди успели всерьёз усомниться в нужности давно привычных СМИ – зачем они нужны, если все новости можно узнать из ленты *Twitter*? И «твиттеряне» расскажут про гораздо большее количество событий с более подробным, почти ежесекундным погружением в явление? Появление этого сервиса стало одной из причин тяжёлого общемирового кризиса СМИ.

Однако через некоторое время всё встало по своим местам: оказалось, что СМИ обладают таким ресурсом доверия (исходящего от самой функции, которую они ответственно берут на себя), которого большинство пользователей *Twitter* не имеет. К тому же средства массовой информации не только сообщали о событиях, они их анализировали, создавали повестку дня, задавали ракурс оценки происходящего: именно это, как оказалось, люди продолжают ценить в СМИ. Сами же журналисты от проклятий в адрес конкурента перешли к его ис-

[43] YouTube About // YouTube. URL: https://www.youtube.com/intl/ru/about/

пользованию: отыскиванию новостных поводов, заведению собственных каналов в *Twitter*, и т. д.

Но значение *Twitter*глубже, чем создание временной конкуренции знакомым новостным медиа. Этот сервис породил устойчивый тренд – оценки собственного состояния, текущей действительности в кратких (сначала 140, затем 280 символов) текстах. Эскалации этого тренда, безусловно, способствовала растущая популярность мессенджеров, социальных сетей, но именно *Twitter* стал и его создателем, и – на некоторое время – главным его носителем.

Это переворот, как уже сейчас видно, на уровне мировосприятия, потребления внешней информации, даже самой философии оценки действительности. Многие века эта оценка производилась посредством длинных, глубоких текстов, неспешно и подробно раскладывающих по полочкам происходящее; последним крупным выразителем этого прежнего неторопливого оценивания мира являлся текстовый блогинг на платформах типа *Livejournal*, *Blogger*, *TypePad*, *WordPress*, бурно расцветших на рубеже XX и XXI веков и постепенно ушедших на второй план.

Уже на рубеже 2000 и 2010-х годов такие тексты стали не очень удобными в этой функции: они не поспевали за стремительно бегущей жизнью нового тысячелетия, став вдруг слишком тяжеловесными, громоздкими, неповоротливыми (средняя длина новостного текста успела сократиться за короткое время чуть ли не вдвое, а количество их выросло многократно).

Короткий, ёмкий, лаконичный текст (наподобие прежней телеграфной «молнии») быстро стал нормой в отображении событий нового времени, которое отчасти сами социальные сервисы и создавали. И *Twitter* Джека Дорси стал первым в их ряду.

Итак, каждый из этих сервисов (чьё появление прошло буквально на наших глазах) сегодня может восприниматься как что-то обыденное, уже почти не сенсационное. Но с точки зрения долгой истории нашей цивилизации каждый из них венчает многовековой массив разнообразнейших сложнейших технических, социальных, культурных, философских явлений, приводя их к нам в удобной современной упаковке и зачастую заставляя забывать, какими дорогами человечество к ним пришло.

Вопросы для самопроверки

- В какую эпоху возникли вышеперечисленные сервисы (*Skype*, *YouTube, Twitter*)?
- В чём революционность сервиса *Skype* с точки зрения истории науки и техники?
- Как давно развивается такой сервис, как видеотелефония?
- С какими научно-техническими и культурными трендами связано появление социального видеохостинга *YouTube*?
- Как можно трактовать название *YouTube* с точки зрения выражаемого им тренда?
- Как связан *YouTube* с процессом демократизации медиа?
- Какую тенденцию спровоцировал (и вместе с другими социальными сервисами стал выражать) *Twitter*?
- Что значит название *Twitter*? Можно ли связать его с выполняемым этим сервисом функциями?
- Есть ли разница между блогингом и микроблогингом?
- Каковы ограничения в длине сообщения в *Twitter*?
- В чём отличие коротких текстов *Twitter,* как орудия отражения и понимания действительности, от длинных текстов предыдущих веков?
- В чём революционность *Skype*, *YouTube, Twitter* с точки зрения предыдущей истории человечества?

ТЕМА 8. ПОСТИСТОРИЯ: ЗАПУСКИ И ПОГЛОЩЕНИЯ

2010-е: что нового в политике и экономике?

Постистория – так мы обозначили период, начавшийся на рубеже 2000–2010-х годов и продолжающийся до настоящего времени.

В политическом и экономическом плане он начался с мирового экономического кризиса (*Great Recession*) (и различных *Occupy* – в США, Латинской Америке, Европе, Азии, Океании), Арабской весны, гражданских войн и революций, временной победы либеральных сил в двух крупнейших странах мира, закончившейся откатом к консерватизму. Первый афроамериканский президент США, либеральный демократ Барак Обама (2009–2017 гг.) передал свою власть консервативному Дональду Трампу. Президентство либерального Дмитрия Медведева (2008–2012 гг.), российского лидера, который способствовал использованию блог-платформ и социальных сетей в политике (с беспрецедентным расцветом блогов и сообществ «*ВКонтакте*», которые стали независимыми информационными акторами во всех регионах страны) передал свои полномочия прежнему президенту, более консервативно ориентированному Владимиру Путину.

Власти тоталитарных и посттоталитарных стран в этот период начинают проявлять интерес к контролю над социальными сервисами в целях массового наблюдения[44], для обнаружения подозрительной активности граждан[45], чтения корреспонденции пользователей[46], запрета доступа к соцсетям, если они не соответствуют информационной политике страны (социальные сервисы Китая, блокировка *Telegram* в России, Китае, Иране, Афганистане[47]) и т. д.

Когда мы говорим о постистории социальных сервисов, мы имеем в виду ситуацию консолидации медиасобственности на рубеже 2000–2010-х годов, когда рынок социальных ресурсов был полностью поделен между крупными медиакомпаниями, такими как: *Google*, *Facebook* в США, *Mail.ru Group* в России и т. д. На плотно упакованном соцсетевом рынке практически не было места для новых игроков. Новые интересные, яркие и успешные проекты, появляющиеся в неожиданных нишах, были запущены совершенно независимо, но затем они были полностью поглощены этими влиятельными медиагигантами, часто таким образом, что их основатели, которые вкладывали в них свою творческую силу и душу, были вынуждены их покинуть.

Это также ситуация, когда в отличие от прошлых десятилетий предпочтительным способом доступа к интернету стал не компьютер, а мобильные

---

[44] Cockerell, I. Inside China's Massive Surveillance Operation // Wired. 2019, September 5. URL: ttps://www.wired.com/story/inside-chinas-massive-surveillance-operation/

[45] McDonell, S. China social media: WeChat and the Surveillance State // BBC. 2019, Июнь 7. URL: https://www.bbc.com/news/blogs-china-blog-48552907

[46] Заякин А., Смагин А. «Аська» и товарищ майор. ICQ – единственный месенджер, который без проблем читают российские спецслужбы // Новая газета. 17 мая 2018. URL: https://novayagazeta.ru/articles/2018/05/17/76500-aska-i-tovarisch-mayor

[47] Telegram. Критика и конфликты с властями // Википедия. Свободная энциклопедия. URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Telegram#Критика_и_конфликты_с_властями

устройства; проекты, которые возникают с этого времени, ориентированы уже, прежде всего, на мобильный интернет. Молодые люди, пользователи смартфонов – это огромная и активная новая аудитория, которая, добавившись к прежней «безмобильной» компьютерно-ноутбуковой, во многом повлияла на принципы работы нового веб 2.0-ного интернета с UGC (*user generated content*, создаваемый самими пользователями контент) в качестве важнейшего принципа.

Старомодные текстовые блоги, которые процветали на рубеже 2000-2010-х годов, утратили свою популярность и стали к концу 2010-х годов постепенно вытесняться видеоблогами; теперь слово «*блогер»* по умолчанию стало пониматься как «*видеоблогер»* – на *YouTube*, в *Instagram* и т. д.

2009: поглощение «*Одноклассников»*; 2014: «*ВКонтакте»*

В России мы можем отсчитывать начало этого периода с 2009 года, когда Альберт Попков, создатель «*Одноклассников»*, был уволен из его совета директоров, а имущество компании было полностью приобретено *Mail.ru Group*. Это связано с событием 2014 года, когда Павел Дуров, основатель «*ВКонтакте»*, подал в отставку с поста генерального директора компании (недовольный постоянным ограничением свободы действий), и ООО «*ВКонтакте»* было полностью приобретено *Mail.ru Group*. Поэтому *MMG*, уже имея собственную соцсеть: «*Мой Мир»*, стал владельцем трех крупнейших российских социальных сервисов.

Стоит напомнить, что в 2010 году *Mail.ru Group* приобрела известнейший мессенджер *ICQ*. *MMG* также запустила собственные мессенджеры: *Mail.ru Agent* (2003) и «*ТамТам»* (2017). Она является владельцем самого популярного в России почтового сервиса *Mail.ru* (с поддоменами *list.ru* и *bk.ru*), известной поисковой системы *Поиск Mail.ru* и браузера *Amigo*.

2009: запуск *WhatsApp*; 2014 – поглощение

В 2009 году Ян Кум (Jan Koum) и Брайан Эктон (Brian Acton) основали *WhatsApp*, крупнейшую в мире службу обмена мгновенными сообщениями и передачи голоса по IP (более 2 млрд. пользователей по всему миру к 2020 году).

Это был своего рода революционный сервис, его появление повлияло на ситуацию на рынке мобильных операторов. *WhatsApp* первым заимел привязку к номеру телефона и смог отправлять текстовые сообщения пользователям бесплатно (!). Из-за высокой популярности *WhatsApp* доходы мобильных операторов от отправки SMS-сообщений значительно снизились.

Создание *WhatsApp* дало новый толчок рынку мессенджеров. В ближайшую пару лет после его появления возникли такие крупные проекты, как *Viber* (2010), *KakaoTalk* (2010), *Line* (2011), *WeChat* (2011), *Snapchat* (2011), *Facebook Messenger* (2011) и пр.

В 2014 году *WhatsApp* был продан *Facebook*. Бескомпромиссные основатели *WhatsApp*, чей лозунг был: «Нет рекламе, нет играм, нет уловкам!», покинули его: Эктон в 2017 году, после спора с *Facebook* относительно монетизации

WhatsApp, Кум – в 2018 году, после конфликта с *Facebook* относительно конфиденциальности данных пользователей и бизнес-модели *WhatsApp*.

2010: запуск *Instagram*; 2012 – поглощение

В 2010 году был запущен *Instagram*, соцсетевой сервис для обмена фотографиями и видео. В отличие от других социальных фотосервисов он был создан сразу как мобильное приложение, включавшее в себя «живые» фотофильтры с возможностью смещения наклона, изменения границ, вращения в один клик и т. д. Его растущая популярность стала причиной того, что *Facebook* купил его уже в 2012 году.

У *Instagram* более миллиарда подписчиков (май 2019 года), а сегодня он является одной из самых престижных бизнес-площадок. Но в 2018 году Кевин Систром (Kevin Systrom) и Майк Кригер (Mike Krieger), основатели сервиса, покинули компанию из-за напряженности между ними и главой *Facebook* в отношении будущего их бывшего фотосервиса.

2011: амбициозный запуск *Google+*; 2018 – закрытие

В 2011 году была запущена социальная сеть *Google+*. Это был хорошо раскрученный и весьма многообещающий проект *Google*, который намеревался использовать его в качестве базовой учетной записи для многих своих сервисов (*YouTube*, *Gmail*, *Google Maps*, *Android*, *Google Play*, *Google Music*, *Google Voice*, *Google Wallet*, *Google Local*, и т. д.).

Google+ был объединён с другими сервисами *Google*: мероприятия там синхронизировались с их календарём (*Google Calendar*), видеовстречи осуществлялись через *Google Hangouts*. Пользователям *Android* (популярнейшая операционная система для мобильных устройств, принадлежащая *Google*) предлагалось размещать там свои фото и видео, чтобы не перегружать память телефона. Кроме того, оригинальным компонентом (позже заимствованным у *Google+* другими соцсетями) стали Круги (*Circles*). Благодаря им пользователь мог регулировать своё общение, включая новых френдов, в определённый круг. На основе кругов пользователь делился контентом, определяя, какой круг будет иметь доступ к информации, а какой – нет. Именно поэтому первоначальным названием сети было *Google Circles*. Аналитики отмечали, что *Google* является единственной компанией, которая способна сместить компанию Марка Цукерберга с лидерства в социальных сетях, приводя в пример историю *MySpace*, которая доминировала до *Facebook*[48].

Но *Google+* наткнулся на ту же проблему, что и российский монополист *Mail.ru Group* со своей соцсетью «*Мой Мир*». Плотно упакованный соцсетевой рынок не оставлял места для нового игрока в традиционной, уже освоенной ненишевой зоне (тогда как *Instagram* и *WhatsApp* возникли в нишах, которые

[48] Gaudin Sh. Can Google+ dethrone Facebook? If any company has the chops to take on Facebook, it's Google, analysts say // Computerworld. June 30, 2011. URL: https://www.computerworld.com/article/2509670/can-google--dethrone-facebook-.html

изначально игнорировались существующими крупными игроками). *Google+* не мог конкурировать с *Facebook* (как ранее «*Мой Ми*р» не смог конкурировать с «*ВКонтакте»*), несмотря на мощную поддержку других его сервисов. Очевидно, массовый пользователь уже облюбовал *Facebook* в качестве соцсети по умолчанию и уходить оттуда не собирался. Множество раз повторялось одно и то же: люди регистрировались, пробовали какие-то опции *Google+*, а затем уходили, часто – навсегда. Подавляющая часть зарегистрировавшихся вообще не проявляла активности. В апреле 2019 года сеть официально прекратила работу, разослав пользователям письма-уведомления о закрытии сервиса, где им было предложено экспортировать свои данные.

Таким образом, даже крупный игрок не был защищен от поражения, если игра была на этом уже устоявшемся, плотно упакованном рынке: это правило *Google* должен был усвоить по своим прошлым провалившимся соцсетевым сервисам: *Buzz*, *Friend Connect* и *Orkut*.

2011, *WeChat*: особые правила для Китая

В 2011 году был запущен *WeChat* – китайский соцсетевой сервис. Это стало огромным исключением из вышеприведенного правила, потому что было сделано на рынке, закрытом для американских игроков и проектов, на котором каждый раз создавалось собственное подобие успешных западных социальных сервисов. *Tencent* – компания, которая создала *WeChat*, уже имела такой опыт проектов, удачно копирующих западные сервисы, когда в 1999 году запустила сервис обмена мгновенными сообщениями *QQ* (подобие созданного в 1996 году *ICQ*).

WeChat часто называют китайским «приложением для всего» из-за его широкого спектра функций (новости, платежные услуги, услуги подарков, коммунальные платежи, проверки границ и т. д.). У него более одного миллиарда активных пользователей в месяц (данные на 2018 год), и сегодня он считается основным конкурентом *Facebook* (прежде всего – в восточном мире, где позиции западных компаний довольно слабы).

2013: запуск *Telegram* (все еще жив и независим)

В 2013 году *Telegram*, сервис обмена мгновенными сообщениями и передачи голоса по IP, был запущен Павлом Дуровым, основателем «*ВКонтакте»*. Это очень российский продукт: драматическая история его появления тесно связана с умирающей, но постоянно возрождающейся идеей свободы слова, перманентно нарушавшейся в течение предыдущего тоталитарного периода развития страны.

Идея мессенджера, чей код невозможно взломать для чтения переписки пользователей, возникла, согласно словам Павла, когда спецназ стучался в его двери. Поэтому Дуров хотел создать продукт, в котором даже системный администратор не сможет просматривать сообщения пользователей.

Это стало главной особенностью *Telegram*: в отличие от других мессенджеров, его создатели гарантируют пользователям, что их переписка останется секретом для всех, кроме самих корреспондентов. Отказ Дурова помочь властям в слежке за гражданами привел к блокированию *Telegram* в нескольких тоталитарных и посттоталитарных странах (Иран, Китай, Россия, Казахстан, Афганистан).

Telegram также связан с постисторическими процессами консолидации медиарынка. Он был создан частично на материальной и творческой базе «*ВКонтакте*», но Дурову удалось вывести *Telegram* до того, как *Mail.ru Group* полностью поглотила «*ВКонтакте*». И тогда Дуров разместил штаб-квартиру и главные серверы *Telegram* за границей, вдали от любопытства российских властей и спецслужб.

Интересно, что *Mail.ru Group*, будучи гораздо более внимательной к прихотям властей, во время блокирования *Telegram* в России (2018) настоятельно рекомендовала использовать свой мессенджер «*ТамТам*», структура и дизайн которого (вполне возможно – неслучайно) очень схожи с *Telegram*; как отмечалось, в тот момент его каналы копировали каналы *Telegram*[49] с созданием поддельных каналов гражданских активистов, таких как Навальный и Варламов[50].

Сегодня *Telegram* – по-прежнему один из самых перспективных проектов в своей области: число его пользователей к началу 2021 года перевалило за полмиллиарда[51] и продолжает расти.

2013. *Vine*: поглощение перед запуском

Сервис *Vine* был основан в июне 2012 года на основе забавной, но многообещающей возможности – размещать короткое (около 6 секунд) видео, которое пользователи могли записывать и редактировать налету, тут же создавая различные эффекты. Эта ниша все еще не была занята сетевым видеогигантом *YouTube*.

Twitter, высоко оценив эту идею, купил сервис за четыре месяца до его запуска в январе 2013 года. *Vine* не был интегрирован в *Twitter*, но *Twitter* позволял добавлять друзей, которые также использовали *Vine*. Сервис предполагал различные формы представления видео: короткометражные комедии, музыкальные представления, анимацию остановки движения, запись звука, ускорение видео и замедление и т. д.

Vine со своей идеей короткого забавного видео породил большой тренд в социальных сетях. Его конкуренты – *Instagram* и *Snapchat* – отреагировали

---

[49] Вижу сообщения про мессенджер «*ТамТам*», где «каналы как в "Телеге"». Что это такое? // Meduza. 16 апреля 2018. URL: https://meduza.io/feature/2018/04/16/vizhu-soobscheniya-pro-messendzher-tamtam-gde-kanaly-kak-v-telege-chto-eto-takoe

[50] Брызгалова Е. Крупнейшие Telegram-каналы и СМИ жалуются на клоны в TamTam // Ведомости. 16 апреля 2018. URL: https://www.vedomosti.ru/technology/articles/2018/04/17/766903-telegram-kanali-tamtam

[51] Батыров Т. Аудитория Telegram превысила 500 млн активных пользователей в месяц // Forbes. 12.01.2021. URL: https://www.forbes.ru/newsroom/tehnologii/418343-auditoriya-telegram-prevysila-500-mln-aktivnyh-polzovateley-v-mesyac

быстро, добавив свои опции для короткого видео. В 2014 году *YouTube* запустил опцию, позволяющую конвертировать в gif-анимацию любое видео продолжительностью до 6 секунд.

Усилия конкурентов привели *Vine* к закату в начале 2017 года. Но у него появились преемники (все – в Китае): приложение для обмена gif-файлами *Kwai* было преобразовано *Beijing Kuaishou Technology Co*. в сервис короткого видео вскоре после создания *Vine*; в 2014 году аналогичный сервис *Musical.ly* был запущен в Шанхае (затем был объединен с *TikTok* в 2018 году).

Это еще один вариант запуска и поглощения нового оригинального социального проекта: в этом случае компания, которая приобрела его, не смогла его эксплуатировать, но идея продолжала использоваться другими аналогичными проектами. Подобный же вариант мы можем увидеть у *Twitter* ещё раз в случае с приложением *Periscope*.

2015: *Periscope*: «создавая сопереживание и правду»

Periscope, социальное приложение для потокового видео, было приобретено *Twitter* в январе 2015 года, также за несколько месяцев до публичного запуска проекта. Идея *Periscope* была благородной и более гражданскиориентированной, чем идея *Vine*: его создатель, Кайвон Бейкпур (Kayvon Beykpour), сформулировал её следующим образом: «*Periscope* создает сопереживание и правду» («Periscope builds empathy and truth»)[52]. Он задумал свой проект в 2012 году, когда был в Стамбуле во время акций протеста на площади Таксим. Он читал о протестах в «Твиттере», но не мог их видеть; и многие люди, думал он, хотели того же.

Таким образом, этот сервис стал продолжением лейтмотива *Twitter* – охватывать, освещать каждое событие в мире секунду за секундой; это можно сделать лучше, если текстовые сообщения *Twitter* сочетать с потоковым видео.

Periscope стал большой сенсацией в первые годы его работы. Однако позже число пользователей стало резко сокращаться – почти в десятки раз: это было отчасти из-за создания нескольких аналогичных сервисов-конкурентов, отчасти потому, что сама идея сервиса утратила свою свежесть и привлекательность.

Подытожим: постисторический рынок социальных сетей существенно не изменился в количестве игроков. Благодаря новым идеям родились интересные и перспективные проекты небольших независимых компаний, которые были приобретены более крупными игроками.

Социальные ресурсы рубежа XX–XXI вв.: герои послевоенного времени

Итак, появление и развитие социальных сетей тесно связано с социально-политическими и культурными условиями. Политические нужды Холодной

---

[52] Kayvon Beykpour // Fortune. URL: https://fortune.com/40-under-40/2015/kayvon-beykpour/

войны стимулировали появление *ARPANET*, предка интернета; но, основываясь на принципе отсутствия единого центра управления, сеть стала развиваться по-своему. Первые успешные примеры социальных сервисов (*Match.com*, *Classmates.com*, *ICQ* и аналогичные онлайн-ресурсы) были запущены после перестройки, разоружения и разрядки, начатых СССР, после краха биполярного мира в новом, добром, теплом и более доверительном многополярном мире. Эти проекты были все еще однонаправленными, они работали только с одним аспектом социального общения (знакомства, контакты между одноклассниками и коллегами, обмен текстовыми сообщениями, интеллектуальное общение и пр.).

Быстрое развитие социальных сетей в начале XXI века имело политическую, культурную, научную и техническую основу: новые президентства (Владимир Путин – в России и Джордж Буш – в США), экономический бум в Азии и России, распространение цифровых технологий и интернета в свободной от страхов Холодной войны и пр. Мир рубежа XX–XXI веков, мир без ожесточенного противостояния двух сверхдержав, стал именно таким, в котором могли появиться социальные сети. Проекты конца XX века проложили путь, создали предпосылки для появления разнонаправленных, универсальных социальных платформ, которые стали включать в себя общение любого предмета, национальности, возраста, пола, склонностей, целей – *Friendster*, *MySpace*, *Facebook*, *Instagram, «ВКонтакте»* и т. д. Их можно назвать настоящими полноценными соцсетевыми сервисами. Символично также, что они были запущены только в начале XXI века (и в начале второго тысячелетия).

Появление первых настоящих социальных сетей в интернете в начальные годы XXI века также имело свою логику: новые проекты заняли те ниши, которые еще не были заняты предыдущими услугами, шаг за шагом обогащая сферу социальных коммуникаций (общая схема сервиса социальных сетей у *Friendster*, дизайн и мультимедийность *MySpace*, простота и быстрота *Facebook*).

Десятые годы XXI века, политически и экономически начавшиеся с мирового экономического кризиса (и разных *Occupies*), гражданских войн и революций, временной победы либеральных сил в двух крупнейших странах мира, закончились откатом к консерватизму. Либеральный демократ Барак Обама передал свою власть консерватору Дональду Трампу. Либерал Дмитрий Медведев – первый российский лидер, который стал продвигать использование социальных сервисов, передал власть прежнему президенту, консервативно ориентированному Владимиру Путину. Власти некоторых стран начали проявлять интерес к контролю над социальными сервисами.

Таким образом, постисторический рынок социальных сетей существенно не изменился в количестве участников. Благодаря новым идеям родились интересные и перспективные проекты небольших независимых компаний, которые скоро (или очень скоро) были приобретены более крупными игроками (*WhatsApp* и *Instagram – Facebook*, *Vine*, *Periscope – Twitter* и т. д.). Но даже эти игроки не могли запустить собственные новые платформы и терпели поражение, если нацеливались на уже занятые области сильно переполненного соце-

тевого рынка, («*Мой Мир»*, *Google+*). Небольшое исключение из этого правила – *Telegram* (поддерживаемый за пределами рынка своей страны) и *WeChat* (запущенный в стране, которая удерживает западный рынок социальных сетей от своих границ).

Намерение захватить власть над новыми проектами возникало либо по экономическим, либо по политическим причинам: речь шла о денежной прибыли или о контроле над сознанием людей (в тоталитарных или посттоталитарных странах).

Вопросы для самопроверки

- Какие мировые политические и экономические события определили специфику 2010-х годов как исторического периода?
- Какие экономические процессы в сфере медиабизнеса социальных ресурсов были характерны для 2010-х годов?
- Каким образом проходила консолидация медиасобственности в сфере социальных ресурсов?
- Кем, когда, как были поглощены крупнейшие социальные сети России – «*Одноклассники»* и «*ВКонтакте»*? Какова дальнейшая судьба создателей этих соцсетей?
- Каковы обстоятельства создания и поглощения крупнейшего мессенджера *WhatsApp*? Каков функционал *WhatsApp*? Какие идеи связывали с ним его создатели?
- Каковы функционал, обстоятельства создания и поглощения тематической социальной сети *Instagram*?
- Какова роль *Facebook* в продвижении *WhatsApp* и *Instagram*? Что стало с создателями проектов?
- Какова была структура и функционал соцсети *Google+*? Как её функционал соотносился с остальными сервисами *Google*?
- Каковы причины упадка *Google+*, одной из крупнейших социальных сетей мира? Какова судьба других соцсетевых проектов *Google*?
- В чём специфика китайской социальной сети *WeChat*? Какое место она занимает среди крупнейших социальных сетей мира? В чём её новаторство, какой новый сегмент соцсетевого проблемно-тематического поля она освоила?
- Какова специфика мессенджера *Telegram*? Как он появился? Как его развитие связано с понятием свободы слова?
- В чём новизна видеосервиса *Vine*? Какую незанятую нишу социальных потребностей он занял, и какой тренд породил?
- В чём специфика сервиса потокового вещания *Periscope*? Какую идею вкладывал в свой проект его создатель?
- Как *Periscope* продолжает и развивает идею *Twitter*, чьим лейтмотивом является постоянное, в режиме реального времени освещение событий?

ТЕМА 9. ТЕМАТИЧЕСКИЕ СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ: УВЛЕЧЕНИЯ И РАЗВЛЕЧЕНИЯ

Мы отрабатываем своё понимание соцсетей прежде всего на классических, эталонных примерах: *Friendster, MySpace*, *Facebook*, «*ВКонтакте»* и пр. Это соцсети общего назначения, или **универсальные**; их участниками могут являться совершенно разные (по возрасту, полу, национальности, интересам, религиозной принадлежности и прочим культурно-демографическим характеристикам) люди. Общение в этих соцсетях носит широкий (универсальный) характер: любые вопросы, любая тематика, не запрещенная законом.

В то же время существует и другой тип соцсетей, намеренно избегающий этого универсализма тематики и общения. В таких сетях люди, напротив, хотят отделиться от внешнего мира, остаться среди своих – тех, кто разделяет их убеждения, взгляды, увлечения и пр., и куда нежелательно пускать других, далёких от тематики данной сети, поскольку их присутствие будет некомфортным, диссонирующим для адептов данной сети. Такие соцсети мы называем **тематическими**, то есть сосредоточенными на одной определённой теме.

Выделение такого типа сетей, их оппозиция универсальным сетям – неизбежно и, в определённом смысле, естественно. Это отвечает свойствам самой человеческой природы: с одной стороны, мы декларируем свою готовность к широкому общению с людьми самых разных взглядов, интересов, возрастов, с другой – порой желаем остаться в ограниченном кругу «своих», тех, кто разделяет лишь определённые наши увлечения.

Причём набор «своих» может быть разным – как единомоментно (одновременно можно быть поклонником спорта, музыки, литературы и, соответственно, общаться в различных сообществах), так и в разные периоды жизни: сначала нравится одно, потом – другое, поэтому человек последовательно входит в разные круги общения. Соответственно, универсальные соцсети хороши тем, что здесь мы открыты самому широкому кругу общения, тематические – тем, что остаёмся лишь в одном определённом кругу с одной определённой тематикой.

Итак, тематические социальные сети создаются для того, чтобы объединять единомышленников на основе общих увлечений, верований, профессиональных интересов и т. д. Они необходимы не меньше, чем универсальные соцсети, поскольку отражают разнообразие человеческих увлечений, а в широком смысле – разнообразие самого человеческого мира; новые веяния находят своё воплощение в создании новых тематических соцсетей.

Их количество на порядок больше универсальных (потому что разнообразен человеческий мир), но участников в них гораздо меньше. В этом им нет смысла состязаться с универсальными соцсетями, где подразумевается самая широкая тематика общения. Однако история соцсетей даёт нам примеры, когда тематическая социальная сеть объединяет огромное количество участников, сравнимое с количеством универсальной соцсети, поскольку её базовый принцип может быть интересен многим: *YouTube* – социальный ресурс с двумя миллиардами пользователей, объединённых потреблением видеоконтента; соци-

альный фотохостинг *Instagram*, имеющий более миллиарда пользователей, который, несмотря на ограничения, свойственные тематическим соцсетям, многими сегодня воспринимается как универсальная соцсеть, конкурент *Facebook*, «*ВКонтакте»* и пр.

Тематические социальные сети могут быть классифицированы по различным признакам. Далее мы дадим их перечень, сгруппировав по различным принципам объединения, подразумевая в то же время, что этих принципов может быть больше. Мир тематических соцсетей динамично меняется (более динамично, чем мир традиционных, более статичных универсальных соцсетей), некоторые сети перестают существовать или приостанавливают свою деятельность, но в целом их количество и качество постоянно возрастает.

Данная типология – авторская, она пополняется каждый год, в том числе благодаря помощи студентов, освещающих в своих докладах на практических занятиях всё новые и новые интересные примеры.

Принципы объединения:

- **возраст**. Сюда мы отнесём уже закрытые зарубежные сети: *Imbee* (название можно перевести как «*Я – пчёлка*») – сеть для маленьких девочек, *Fanlala* – сеть для девочек-подростков на основе общего увлечения артистами, актёрами и пр., закрытый отечественный социальный ресурс *«Твиди»* (2008–2016) с возможностью ведения онлайн-игр, постройки виртуальных миров и пр.[53];

Ныне существующие соцсети этого типа: международная сеть *Stardoll* (2004, http://www.stardoll.com/) – для девочек, объединённых общей социальной активностью, связанной с куклами[54]; *Habbo Hotel* (2000, https://www.habbo.com/) – игровая площадка преимущественно для мальчиков, объединённых в 9 сообществ (*отелей*) с пользователями из 150 стран[55], с возможностью создавать *комнаты*, собственные игровые пространства, и общаться с другими участниками в различных конкурсах и соревнованиях; отечественные проекты *ClassNet* (https://classnet.my1.ru/) – сеть для общения подростков на темы школьных предметов, учёбы; *«Смешарики»* (http://www.smeshariki.ru/) – интерактивный онлайн-портал с разнообразными социальными опциями для общения на основе тематики известнейшего российского детского мультсериала и т. д. Добавим, что «*Одноклассники»* (https://ok.ru/), одна из крупнейших универсальных отечественных соцсетей, сегодня имеет репутацию «возрастного» ресурса: основное ядро участников – пользователи в районе 35–60 лет;

- **знакомства**: освоение социального пространства интернета начиналось с ресурсов этого типа. Напомним, что американский портал онлайн-знакомств *Match.com* стал одним из первых социальных ресурсов в мире; другие крупные социальные проекты (в том числе знаменитые *Classmates* возникли после него).

В России известнейшие проекты этого рода также зачастую возникали ещё до появления крупнейших соцсетей. Приведём их перечень: «*Дамочка»*

[53] Твиди // Википедия. Свободная энциклопедия. URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Твиди_(сайт)
[54] Stardoll // Wikipedia. The Free Encyclopedia. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Stardoll
[55] Habbo // Wikipedia. The Free Encyclopedia. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Habbo

(2001, более 200 тыс., старейший сайт знакомств в Рунете, http://damochka.ru/), *Maybe.ru* (2002, 211.5 тыс., http://www.maybe.ru/), *Mamba* (2003, сеть сайтов знакомств, плюс мобильные приложения и сервисы, http://www.mamba.ru/), *Loveplanet* (2005, более 900 тыс., http://loveplanet.ru/), *Badoo* (2006, Андрей Андреев, 330 млн., https://badoo.com);

- **любовь к животным**. Мы уже упоминали о тематических сетях, которые возникли по модели *Friendster*: *Dogster* (http://www.dogster.com/) и *Catster* (http://www.catster.com/); к сожалению, они недоступны в России. Однако в нашей стране возникли подобные же ресурсы: *Dogster.ру* (http://dogster.ru/), *Sobakino* (http://sobakino.com/), *Lifedog* (http://lifedog.ru/), *Russiancats* (http://russiancats.ru/), и др.;
- **ресурсы фанфикшен**. В сферу фанфикшен входят работы поклонников популярных литературных произведений, произведений киноискусства (кинофильмов, телесериалов, аниме и т. п.), комиксов (в том числе – манги), компьютерных игр и пр., написанных по их мотивам. Среди крупнейших зарубежных сервисов этого рода – *FanFiction* (https://www.fanfiction.net/), *Archive of Our Own* (https://archiveofourown.org/), *Wattpad* (https://www.wattpad.com/). Крупнейший отечественный ресурс этого рода – *«Книга фанфиков»* (https://ficbook.net/);
- **путешествия**. Известным российским ресурсом этой тематики был «*Двинули»* (2011-2017)[56] – пожалуй, единственный, который можно было назвать в полном смысле социальной сетью: там публиковались отзывы, советы, впечатления самостоятельных путешественников, объединявшихся в туристические команды, пробовавших новые маршруты, и пр.

На сегодняшний день в отечественном сегменте господствует коммерчески ориентированный тип ресурса, рассчитанный не столько на самостоятельные походы с палатками, сплавы и пр., сколько на комфортный отдых в других городах и странах. Представителями этого распространённого типа (не столько социальная сеть, сколько коммерческий портал с социальными опциями, с возможностью забронировать отель, купить путёвку, авиабилет и пр.[57]) являются: *«Туристер», «Трипадвизор»*, *Enjourney*, *Tripster*, *Flagatrip* и пр.; несколько менее коммерчески озабочены: *TourOut*, *Venividi*, «*Турбина»*.

Важнейшим и актуальнейшим для самостоятельных путешествий по миру является мировая соцсеть *Couchsurfing* (2004, 10 млн. пользователей, от *couch* – *кушетка* и *surfing* – *сёрфинг*, *путешествие*), имеющая сегодня уже несколько языковых интерфейсов. Её члены предоставляют друг другу помощь, ночлег во время путешествий; она имеет множество поклонников, в том числе и в России[58];

- **вегетарианство**. Одно из тех увлечений, что требует наличия единомышленников, которые могут не найтись рядом, но обязательно есть где-то ещё. Для их поиска и общения как раз подходят социальные сети. Но здесь

---

[56] Двинули? // Югополис. 8 июля 2011. URL: http://www.yugopolis.ru/articles/hitech/2011/07/18/20242/internet-puteshestviya-startapy-internet-tehnologii-turizm-konstantin-rodchanin

[57] См. также: Социальные сети для туристов и путешественников (обзор) // Rina-rina.ru. URL: https://rina-rina.ru/articles/socialnyx-setej-dlya-turistov-bolshoj-obzor/

[58] CouchSurfing // Википедия. Свободная энциклопедия. URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/CouchSurfing

также значим фактор моды, тренда: прежние сети закрываются, пользователи уходят в другие; поисковик выдаёт множество названий уже неактивных, не обновляемых ресурсов.

В начале апреля 2020 в статусе «действующих» мы нашли, прежде всего, не вегетарианские, а веганские сети[59]: *The Vegan Society* (https://www.vegansociety.com/), *Vegan Good and Living* (https://www.veganfoodandliving.com/), *Vegan Amino* (https://aminoapps.com/c/vegan/home/).

Весьма мало востребованными к этому моменту оказались найденные несколько лет назад ресурсы онлайн-знакомств для вегетарианцев: *Veggiedate* (https://veggiedate.org/), *VeganPassions* (http://veganpassions.com/).

Крупнейший действующий отечественный аналог: социальная сеть и мобильное приложение (с функциями гида по кафе и ресторанам) *Veggie Go* (http://veggiegoapp.com/); в России также имеется такой формат, как тематический сайт с группами в крупных соцсетях: ресурсы *Vegetarian* (https://vegetarian.ru/), *Vegan* (https://vegan.ru/);

- **иностранные языки**. В таких сетях можно поднять уровень владения иностранным языком (обычно предлагается несколько языков на выбор), завести новых друзей, подписаться на уроки и пр. Примеры: *Busuu* (https://www.busuu.com/), *Interpals* (https://www.interpals.net/), *My Language Exchange* (https://mylanguageexchange.com/) и др.[60];
- **геопозиционирование** (геолокационные сети). Современные соцсети нередко имеют сегодня такую опцию, как геопозиционирование. Но лишь некоторые из них имеют её как главную в своём функционале. Такие сети превращают в приключение само перемещение участников по поверхности Земли.

Первой крупнейшей сетью подобного рода стала созданная в 2009 году и рассчитанная прежде всего на мобильные платформы сеть *Foursquare* (https://foursquare.com/): определение местоположения пользователя было возможно либо на основе GPS-навигации, либо при помощи специального сервиса *LBS*[61].

С 2014 года возможность осуществлять так называемые чекины (от английского «*check-in*»), то есть отправления пользователем сообщений в сеть о том, что он находится в определённой географической точке, было перенесено в отдельное приложение *Swarm* (https://swarmapp.com/)[62], а *Foursuare* стала позиционироваться как приложение «для рекомендаций путешественникам, какое место стоит посетить»[63].

Функция геопозиционирования имеется сегодня во многих других приложениях, например, для любителей ходьбы и бега, чтобы знать свой маршрут,

---

[59] Веганство // Википедия. Свободная энциклопедия. URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Веганство

[60] 9 соцсетей для изучения и общения на иностранных языках // Портал об образовании. 06.08.2016. URL: https://howtolearn.ru/inyaz/socseti-dlya-obwenija-s-inostrancami.html

[61] Location-based service // Википедия. Свободная энциклопедия. URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Location-based_service

[62] Foursquare Swarm // Wikipedia. The Free Encyclopedia. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Foursquare_Swarm

[63] Foursquare // Википедия. Свободная энциклопедия. URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Foursquare

видеть статистику своих передвижений в количестве пройденных шагов, километров. Некоторые из них организованы, как тематические социальные сети. Например, приложение *Pacer*, имеющее более 10 млн. скачиваний в *Google Play*[64]. Оно позволяет создавать группы в своём городе, стране, или даже группы, состоящие из участников разных стран, для каждодневных состязаний в количестве пройденных шагов и километров. Там же есть возможность публиковать доступные для других пользователей посты о своих достижениях, оставлять комментарии к чужим постам, обмениваться личными сообщениями, и пр.

Вопросы для самопроверки

- В чём разница между универсальными и тематическими социальными сетями?
- Для каких целей предназначены тематические соцсети?
- Кого объединяют тематические социальные сети? Каковы принципы выделения их в группы?
- Какие соцсети (зарубежные и отечественные) вы можете назвать, где участники объединялись бы на основе возраста (пола)?
- Какие соцсети знакомств вы можете назвать? Какова хронология появления этого типа сетей в России?
- Какие соцсети (отечественные и зарубежные), чьих участников объединяет любовь к животным, вы можете назвать?
- Что такое фанфикшен? Назовите соцсети для любителей фанфикшен. Какой контент там публикуется?
- Какие соцсети для путешественников вы можете назвать? Какие из них предназначены для любителей комфортного отдыха в других городах и странах, а какие – для любителей новых туристских маршрутов и пеших странствий?
- Назовите соцсеть, которая даёт возможность найти ночлег в чужом городе/стране, что вы собрались посетить.

[64] Pacer Health. Шагомер – счётчик шагов и калорий для здоровья // Google Play. URL: https://play.google.com/store/apps/details?id=cc.pacer.androidapp&hl=ru

ТЕМА 10. ТЕМАТИЧЕСКИЕ СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ: МУЛЬТИМЕДИЙНЫЙ КОНТЕНТ

Мы уже упоминали выше, что тематические соцсети, центрирующиеся вокруг определённого типа мультимедийного контента, имеют тенденцию уподобляться универсальным соцсетям – в силу того, что их контент интересен очень многим людям. Поэтому участниками этих сетей могут быть люди, разные по возрасту, образованию, увлечениям, привычкам, образу жизни и пр. Уместно ввести несколько подвидов этих сетей, поскольку сам мультимедийный контент делится на разные типы.

- **Фото**. Одна из самых популярных и многочисленных разновидностей – социальные ресурсы на основе фотографий, изображений. Выше мы уже писали про *Instagram* (https://www.instagram.com/), на сегодняшний день это одна из крупнейших мировых соцсетей; *Pinterest* (https://ru.pinterest.com/) – одна из примечательных и интереснейших сетей этого типа, основанная в 2010 году Беном Зильберманом[65], несколько лет входящая в первую или вторую сотню популярнейших сайтов планеты по версии веб-аналитика *Alexa Int.* (https://www.alexa.com/siteinfo/pinterest.com); микроблогинговый сервис *Tumblr* (https://www.tumblr.com/) – площадка для многочисленных фанатских сообществ игр, сериалов, мультфильмов и комиксов, до 2019 года разрешавшая публикацию порноконтента[66]; *Pikabu* (http://pikabu.ru/) – популярный русскоязычный социальный сервис, родина многих популярных интернет-мемов (например, *Ждун*).
- **Соцсети на основе видеоконтента**. Социальные видеосервисы также пользуются успехом по всему миру в силу популярности в интернете самого этого типа контента. Внутри этого подтипа можно выделить собственные разновидности:

✓ **универсальные видеосервисы**, на которые можно загрузить видео разной тематики: мировые: *YouTube* (https://www.youtube.com/), *Vimeo* (https://vimeo.com/), *Daily Motion* (https://www.dailymotion.com/), отечественные: *Rutube* (https://rutube.ru/), «*Яндекс.Видео»* (http://yandex.ru/portal/video) и пр.;

✓ **сервисы короткого видео**. Ресурсы этого типа позволяют публиковать короткие зацикленные видеоролики обычно комично-развлекательного характера. Законодателем этого тренда стало приложение *Vine,* запущенное *Twitter* в 2013 и закрытое в 2017 году. На сегодняшний день популярностью пользуются китайские платформы *TicTok* (https://www.tiktok.com/ бывший *Musical.ly*), *Kwai* (https://www.kwai.com/), в России востребован сервис *Coub* (https://coub.com/);

✓ **сервисы видеообщения.** Пионером этого направления, безусловно, стал *Skype*, позволивший уже в 2003 году осуществлять голосовую и видеосвязь между интернет-пользователями. Сегодня подобное общение возможно в мес-

---

[65] Pinterest // Википедия. Свободная энциклопедия. URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Pinterest
[66] Tumblr // Википедия. Свободная энциклопедия. URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Tumblr

сенджерах *Viber*, *WhatsApp*, мобильных приложениях соцсетей типа «*Вконтакте»* и пр.;

✓ **сервисы видеотрансляий.** Известнейшим на этом поле в 2015 году стал сервис *Periscope* https://www.periscope.tv/; можно также вспомнить американский *YouNow* и азиатские ресурсы для музыкальных трансляций *Showroom* и *V Live.* На сегодняшний день крупнейшим игроком здесь можно назвать *Twtich* (https://www.twitch.tv/), известный прежде всего своими стримами онлайн-игр, транслирующий концерты, спортивные состязания и пр.

- **Компьютерные игры**. Напомним, что в игровой онлайн-портал пыталась перепрофилироваться первая крупнейшая универсальная соцсеть *Friendster* (2002–2015); из современных проектов этого рода обязательно отметим *Steam* (https://steamcommunity.com/) – крупнейшее сообщество онлайн-игроков*;* крупнейший международные видеостриминговый сервис *Twitch.tv*; его российские аналоги: *GoodGame.ru. и CyberFight.ru*.

- **Кино**. Крупнейшим проектом этого рода является *IMDB – Internet Movie DataBase* (1990, собственность *Amazon*, http://www.imdb.com/)*;* его отечественный аналог – «*Кинопоиск»* (2003, 5 млн., «*Яндекс»*, https://www.kinopoisk.ru/). *IMDB* и «*Кинопоиск»* – не столько тематические соцсети, сколько тематические онлайн-порталы с расширенными социальными опциями (рецензии, комментарии, обзоры, рейтинги пользователей и пр.).

- **Музыка**: *LastFM* (2002, 40 млн, http://www.last.fm/ru/), *bandcamp* (2008, https://bandcamp.com/)*, SoundSloud* (2008, https://soundcloud.com/)*, Spotify* (2006, https://www.spotify.com/)*, Deezer* (2007, https://www.deezer.com/)*, Songlyrics* (http://www.songlyrics.com/)[67].

[67] Подробнее на эту тему см. *Катаев П. В*. Музыкальные медиа в сетевом обществе: возможности и вызовы функционального многообразия //Вестник Пермского университета. Российская и зарубежная филология. 2018. Т. 10, вып. 1. С. 104–116. URL: http://press.psu.ru/index.php/philology/article/view/1355/1030

Вопросы для самопроверки

- Какие соцсети, где участники объединяются вокруг определённого вида мультимедийного контента, вы можете назвать?
- Какие из соцсетей, участники которых объединяются вокруг определённого вида мультимедийного контента, претендуют на универсальность?
- Назовите соцсети, структурирующиеся вокруг фотографий.
- Какая из социальных сетей, специализирующихся на фотографиях, изображениях, претендует на универсальный общемировой характер?
- Назовите крупнейшие зарубежные и отечественные социальные видеохостинги.
- Назовите соцсети короткого видео. В чём их специфика? Какая сеть первой создала этот тренд?
- Назовите сервисы для видеообщения. Какой из них был первым и создал новый тренд?
- Назовите соцсети для видеотрансляций. В чём их специфика и чем они отличаются друг от друга?
- Какой из сервисов короткого видео стал трендовым?
- Назовите крупнейшее онлайновое сообщество компьютерных игроков.
- Приведите социальные сети, специализирующиеся на трансляции компьютерных игр.
- Приведите отечественные соцсети, занимающиеся трансляцией компьютерных игр.
- Какие тематические ресурсы, посвященные кино, вы можете назвать?
- Какие соцсети для любителей музыки вы можете назвать? В чём их специфика, чем они отличаются друг от друга?
- Какая музыкальных тематических соцсетей специализируется на текстах песен?

ТЕМА 11. ТЕМАТИЧЕСКИЕ СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ: КОНФЕССИИ И ПРОФЕССИИ

- **Религиозные соцсети**. Также весьма распространённый тип тематических социальных сетей. Неслучайно в ходе развития социальных пространств интернета возник новый термин – «цифровая религия» (digital religion), который используют для характеристики смешения религиозных пространств онлайн / офлайн и развития новых гибридных форм[68]. Крупнейшие (и даже не очень крупные) конфессии стремятся обзавестись ресурсами этого типа, объединяя своих сторонников и пропагандируя свои взгляды. Этот сектор тематических соцсетей очень динамичен: создаются новые ресурсы, старые закрываются или трансформируются в сообщества в *Facebook¸ LinkedIn*, «*ВКонтакте»* и пр. Можно выделить следующие типы:

✓ **буддийские**. Одно из крупнейших мировых религиозных учений также успешно обзаводится своими социальными виртуальными представительствами. Уже в 1994 году для обозначения новых виртуальных форм объединения буддистов появился специальный термин «киберсангха»[69]. Нам не удалось обнаружить каких-то отдельных буддийских социальных сетей, но буддисты разных стран уже давно заводят группы в *Facebook*[70] (а также в *Twitter* и *Pinterest*[71]). Российские же буддисты охотнее пользуются для этой цели сетью «*ВКонтакте»*[72]. Есть весьма развитые международные форумы для буддистов: *Dhammaweel* (https://dhammawheel.com/), *New Buddhist* (https://newbuddhist.com/) и пр. *App Store* и *Google Play* предлагают огромное количество приложений для буддистов: музыка, медитации, публикации и книги, общение и пр.[73];

✓ **мусульманские**. Ислам – религия, предполагающая определённую этику общения (транслирующуюся также и в интернет), которая может не уживаться с традиционной западной (европейской) этикой, превалирующей в крупнейших соцсетях типа *Facebook*, *Instagram*, «*ВКонтакте»* и пр. Ислам предписывает определённый внешний вид, запрет женщинам открывать определённые части тела и пр., поэтому мусульмане, порой, отвергая сети этого типа, создают собственные, где бы их этика соблюдалась. Одними из первых на этом поле были созданные по аналогии с *MySpace* и *Facebook* (и ныне уже не существующие) сети *MuslimSpace* и *MuslimFace.* Также уже перестали существовать *FindingMuslims* (http://www.findingmuslims.com/)*,* *Muslimsocial.com*

---

[68] См., например: *Campbell H.* 2016. Surveying Theoretical Approaches within Digital Religion Studies // New Media and Society. Vol. 19 Iss. 1. P. 15–24. DOI: 10.1177/1461444816649912 URL: https://www.researchgate.net/publication/303600020_Surveying_theoretical_approaches_within_digital_religion_studies

[69] Ray G. 1994. A Resource Roundup for the Cybersangha. Tricycle: The Buddhist Review. Vol. 3. Iss. 4. P. 60–63.

[70] См.: *Steel Searching*. Are there any Buddhist social networking sites online? // Dhmrma Weel. Dec 28, 2012. URL: https://dhammawheel.com/viewtopic.php?t=15524

[71] The Online Neighborhood: Exploring Buddhism and Social Media // Buddhistdoor Global. 17.10.2014. URL: https://www.buddhistdoor.net/features/the-online-neighborhood-exploring-buddhism-and-social-media

[72] *Актамов И. Г., Бадмацыренов Т. Б., Хандаров Ф. В.* Особенности развития виртуальных буддийских сообществ Рунета // Власть, 2018. Том. 26. № 2. С. 100–105.: https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-razvitiya-virtualnyh-buddiyskih-soobschestv-runeta

[73] См. напр.: Буддизм // *Google Play*. URL: https://play.google.com/store/search?q=Буддизм&c=apps

(http://muslimsocial.com/), недоступна соцсеть онлайн-знакомств *Muslim Matrimonial* (http://www.muslimmatrimony.com/). На сегодняшний день из доступных сетей этого типа можно привести *Labayk* (https://www.labayk.com/, соцсеть и мобильное приложение), *Salam You* (https://turntoislam.com/), мобильное приложение *Tutlub* (https://play.google.com/store/apps/developer?id=Tutlub&hl=ru);

✓ **христианские (католические и протестантские)**. Немало известных сетей этого типа уже закрылись: *Christian Social network*, *Catholic Community*, *Xt3*, и пр. Однако на сегодняшний день вполне доступны *MyPraize* (https://www.mypraize.com/), возникла как христианская альтернатива *MySpace*); *Faithbook* (https://faithbook.fowc.net/), христианская альтернатива *Facebook*; *Social Cross* (https://socialcross.org/), соцсеть и мобильное приложение; *Crosswalk* (https://www.crosswalk.com/), соцсеть со статьями и видеоподкастом христианской проблематики; в этом подтипе также представлено несколько сетей, ориентированных прежде всего на видеоконтент: *MyFaith* (http://www.myfaith.com/); *Godtube* (http://www.godtube.com/), христианская альтернатива *YouTube*, *Cross.tv* (http://www.cross.tv/)[74]*;*

✓ **христианские (православные) соцсети**. РПЦ, одна из представительниц православного направления в христианстве[75], несмотря на весьма неоднозначное отношение к интернету, в целом достаточно успешно его осваивает (например, у РПЦ есть собственный поисковик http://rublev.com/). Социальное пространство Всемирной сети также осваивается РПЦ довольно давно; из ранних представителей этого подтипа назовём: «*Прихожане.ру»* (http://prihozhane.ru/)*, «ПравЗнак»* (http://pravznak.msk.ru/home.php)*, «Православные» (*http://clir.ru/*)*. Из более поздних нужно привести социальную сеть «*iХрам»* (https://ixram.ru/), а также – «*Елицы»* (https://elitsy.ru/), находящуюся под патронажем патриарха Кирилла и позиционирующуюся сегодня в качестве главной соцсети РПЦ, содержащую множество различных опций и возможностей для верующих[76].

• **Профессионально-деловые интересы**. Этот аспект социальных коммуникаций в интернете также начал осваиваться довольно рано. Мы упоминали о том, что первая из крупнейших сетей этого типа, интернациональная *LinkedIn* возникла вслед за *Friendster*, первой соцсетью универсального типа. Запущенная Ридом Хоффманом в 2003 году, как сервис для деловых контактов, она известна как соцсеть по умолчанию для подобного рода задач. Сегодня она принадлежит *Microsoft* и является одной из крупнейших соцсетей планеты, имея

---

[74] См. также: *Claywell, Ch. R.* Christian Social Networking Sites // LoveToKnow. URL: https://socialnetworking.lovetoknow.com/Christian_Social_Networking_Sites

[75] См. подробнее о православных церквях: Православная церковь. Поместные церкви // Википедия. Свободная энциклопедия. URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Православная_церковь#Поместные_церкви, а также: Древние восточные церкви // Википедия. Свободная энциклопедия. URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Древние_восточные_церкви

[76] См. также: *Болотов А.* Игнор, бан и духовные скрепы. Что скрывается в первой русской соцсети для православных // Lenta.ru. 2 августа 2016. URL: https://lenta.ru/articles/2016/08/02/feardeniesfaith/

630 млн. зарегистрированных участников в 150 странах[77] (к сожалению, решением «Роскомнадзора» с 2016 года она запрещена в России).

Viadeo – ещё одна сеть общепрофессиональных интересов, появившаяся в 2004 году. Эта сеть поглотила несколько подобных ей в Китае, Испании, Индии[78]. Она была куплена в 2016 году *Le Figaro*[79]; несмотря на её масштабы, *Viadeo* вряд ли можно считать серьёзным конкурентом *LinkedIn*, поскольку последняя уже осталась в восприятии мирового интернет-пользователя как профессиональная сеть по умолчанию. Так же, как *LinkedIn*, сеть *Viadeo* недоступна в России. (Выделяют и иные мировые альтернативы *LinkedIn*[80]).

«Профессионалы.ру» (https://professionali.ru/) – деловая социальная сеть, созданная в 2008 году, российский аналог *LinkedIn*. Участники классифицированы по отраслевым, профессиональным и географическим признакам[81]. Ресурс состоит из таких рубрик, как: «*Сообщества*», «*Люди*», «*Работа*», «*Компании*», «*Вопрос-ответ*», «*Объявления*», «*Онлайн-тесты*», «*Цитаты*». По информации, опубликованной на главной странице сети, там зарегистрировано более 7 млн. профессионалов.

Kickstarter (https://www.kickstarter.com/) – созданная в 2009 году мировая социальная сеть, имеющая функции краудфандинговой платформы. С её помощью собираются средства на различные проекты, такие как создание фильмов, музыки, сценических шоу, комиксов, видеоигр, СМИ, издательских, пищевых проектов и пр. *Kickstarter* предлагает модель сбора средств, которая может работать лучше традиционного инвестирования. Создатель проекта указывает срок и деньги, которые необходимо собрать; если к сроку сумма не собралась, деньги возвращаются пожертвовавшим.

К концу 2019 года *Kickstarter* получил более 4,6 млрд. долларов в виде взносов от 17,2 млн. спонсоров для финансирования 445 000 проектов[82].

Развивая тематику *LinkedIn* и *Viadeo* в более частных направлениях, появились такие проекты, как:

✓ **соцсети для художников и дизайнеров**. В качестве таковых приведём:

Bēhance (https://www.behance.net/) – созданная в 2005 и купленная *Adobe* в 2015 году соцсеть для дизайнеров и художников, работающих с цифровой графикой. Сеть позволяет им содержать портфолио, получать заказы, предложения работы и пр. К 2018 году она имела 10 млн. пользователей[83].

DeviantArt.com (https://www.deviantart.com/) – соцсеть, созданная в 2000 году для художников, фотографов, иллюстраторов, видеографов, позволяющая обсуждать, комментировать, продавать работы. Стандартная структура аккаунта включает такие части, как: избранная работа, последние работы, лю-

---

[77] LinkedIn // Wikipedia. The Free Encyclopedia. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/LinkedIn
[78] Viadeo // Wikipedia. The Free Encyclopedia. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Viadeo
[79] Figaro Classifieds, la filiale petites annonces du groupe de médias, reprend Viadeo // Le Monde. 23.12.2016. URL: https://www.lemonde.fr/emploi/article/2016/12/23/le-site-viadeo-rachete-par-le-groupe-le-figaro_5053572_1698637.html
[80] *Bishop, A.* 13 Awesome Professional Networking Alternatives to LinkedIn // SearchEngine Journal. March 14, 2019. URL: https://www.searchenginejournal.com/linkedin-alternatives/297409/
[81] Профессионалы.ру // Википедия. Свободная энциклопедия. URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Профессионалы.ру
[82] Kickstarter // Wikipedia. The Free Encyclopedia. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Kickstarter
[83] Behance // Wikipedia. The Free Encyclopedia. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Behance

бимые работы других авторов, список друзей. Ресурс включает также блогплатформу, форум, чат. На сегодняшний день ресурс имеет боле 26 млн. зарегистрированных пользователей, 251 млн. опубликованных художниками произведений искусства[84] и представляет собой одно из крупнейших в мира арт-комьюнити[85];

✓ **соцсети для работников IT-сферы**. В качестве таковых приведём:

GitHub (https://github.com/) – сервис для хостинга IT-проектов и их совместной разработки, созданный в 2008 году одноимённой компанией (купленной в 2018 году *Microsoft*). Он предоставляет возможность заводить бесплатные аккаунты для разработчиков свободного программного обеспечения, предлагая также тарифные планы для корпоративных клиентов. Ресурс имеет слоган «Social Coding» и позиционирует себя как «The world's leading software development platform» («Ведущая мировая платформа для разработчиков программного обеспечения»). На январь *GItHub* заявлял о более 40 млн. своих пользователей[86].

«МойКруг» – созданная в 2005, купленная «*Яндексом»* в 2007 и перекупленная в 2015 году компанией «Хабр» российская соцсеть для IT-специалистов, предоставляющая услуги по подбору персонала и поиску работы в этой сфере; оценке зарплат и рейтингу компаний в этой сфере[87]. После покупки «Хабром» сервис поменял название и URL: теперь он называется «Хабр Карьера» и доступен по адресу https://career.habr.com/. На главной странице имеется информация, что сервисом пользуются около 144 тыс. специалистов и около 20 тыс. компаний;

✓ **соцсети для учёных**. В качестве таковых приведём:

ResearchGate (https://www.researchgate.net/) – социальная сеть для учёных и исследователей, созданная в 2008 году. Она обладает многими интересными особенностями: семантическим поиском (индексирующим как собственные ресурсы, так и крупнейшие онлайновые публичные базы статей; который может предлагать пользователю интересные для него группы, аккаунты других участников и литературу), возможностью совместного использования файлов, создания групп, форумов, методологических дискуссий, свободного чтения и скачивания статей, пользования блогплатформой (*ResearchBlog*) и пр.[88]

В разделе «About» ресурс заявляет о более 18 млн. пользователей по всему миру, заявляя в качестве своей миссии «Connect the world of science and make research open to all» («Объединить мир науки и сделать исследования открытыми для всех»)[89].

Academia.edu (https://www.academia.edu/) – одна из крупнейших мировых соцсетей для учёных, основанная в 2008 году учёным (Ph.D.), предпринимателем, программистом Ричардом Прайсом. Предыстория ресурса такова: Прайс окончил Оксфордский университет с чувством разочарования от того, насколь-

---

[84] Deviant Art. Current Openings. URL: https://deviantart.theresumator.com/
[85] DeviantArt // Wikipedia. The Free Encyclopedia. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/DeviantArt
[86] Github // Wikipedia. The Free Encyclopedia. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/GitHub
[87] «Мой Круг» // Википедия. Свободная энциклопедия. URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Мой_Круг
[88] ResearchGate // Wikipedia. The Free Encyclopedia. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/ResearchGate
[89] About // ResearchGate. URL: https://www.researchgate.net/about

ко медленно в научном мире публикуются и рецензируются статьи; и решил создать платформу, на которой учёные могли бы сами публиковать, рецензировать и распространять свои работы[90]. Он блестяще воплотил в жизнь свою идею. По информации, приводимой в разделе «About» *Academia.edu*, на данный момент ресурс имеет 73 млн. уникальных посетителей в месяц, там зарегистрировано более 121 млн. ученых, которые загрузили туда 25 млн. статей.[91]

От других ресурсов подобного рода (например, *Research Gate*), *Academia.edu* отличается тем, что разрешает регистрироваться не только действующим студентам, аспирантам, работникам вузов, но и независимым, не связанным с конкретными образовательными структурами исследователям.

Mendeley (https://www.mendeley.com/) – социальная сеть и блогплатформа, а также среда для хранения и просмотра трудов учёных. Проект был основан в Лондоне в 2007 году (назван по имени австрийского биолога Грегора Менделя и русского химика Дмитрия Менделеева), а в 2013 году куплен *Elsevier* одним из четырёх крупнейших научных издательских домов мира.

Mendeley обладает интересными возможностями: кроме поиска по статьям, программа может извлекать из них метаданные, автоматически генерировать библиографию, извлекать из неё сноски для статьи, даёт возможность чтения статей на мобильных устройствах при помощи приложения *Mendeley* для *Android* и *iOS* и пр.[92]

Scientific Social Community (*Science-Community.org*, https://www.science-community.org/) – отечественная социальная сеть, созданная в 2009 году и объединяющая на данный момент более 40 тыс. учёных Украины, России, Белоруссии, Казахстана и других стран.

Как сказано в разделе «О нас»: «Проект предоставляет сервисы для мониторинга грантов, конференций, научных вакансий, журналов и научпоп-событий, а также возможности для поиска партнеров для научных исследований»[93]. Ресурс имеет интерфейсы на русском, украинском и английском языке.

---

[90] Richard Price (entrepreneur) // Wikipedia. The Free Encyclopedia. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Richard_Price_(entrepreneur)

[91] About // Academia.edu. URL: https://www.academia.edu/about

[92] About Mendeley // Elsevier. URL: https://www.elsevier.com/solutions/mendeley

[93] Про нас // Scientific Social Community. Социальная научная сеть. URL: https://www.science-community.org/ru/about

Вопросы для самопроверки

- Представители, каких религиозных конфессий, удачно осваивают социальные пространства интернета?
- Насколько успешно буддисты осваивают социальные коммуникации в интернете?
- Какие мусульманские социальные сети (ныне существующие и уже закрытые) вы можете назвать?
- Какие христианские (католические и протестантские) социальные сети (ныне существующие и уже закрытые) вы можете назвать?
- Назовите христианские соцсети, имеющие отношение к РПЦ.
- Назовите главную социальную сеть РПЦ.
- Приведите название поисковика, специально созданного для тех, кто исповедует православие в России.
- Назовите мусульманские и католические аналоги социальных сетей *MySpace* и *Facebook*.
- Назовите христианские католические (протестантские) аналоги соцсетей *MySpace*, *Facebook*, *YouTube*.
- Какие существуют соцсети, где геопозиционирование участников было бы базовым признаком?
- Назовите крупнейшие мировые и отечественные сети для профессионалов.
- Какие отечественные соцсети для профессионалов вы можете назвать?
- Назовите крупнейшую мировую соцсеть, где можно найти деньги для своего проекта.
- Назовите крупнейшие сети для дизайнеров и художников.
- Назовите крупнейшие сети для программистов и сотрудников IT-индустрии.
- Какие социальные сети для учёных вы можете назвать? В чём их особенность?
- Существуют ли отечественные социальные проекты для учёных?

ТЕМА 12. СОЦИАЛЬНЫЕ СЕРВИСЫ: ПРИВЕТ ОТ ВЕБ 1.0 (почта, форумы, чаты, мессенджеры)

Порой словосочетание «социальные сервисы» употребляется в широком смысле, обозначая любой социальный ресурс. В данном случае мы употребляем его в более узком смысле, отграничивая эту совокупность ресурсов от универсальных и тематических соцсетей.

Социальные сервисы – это сетевое программное обеспечение, поддерживающее групповые взаимодействия. Они не являются в полном смысле соцсетями, имея более ограниченные и более узконаправленные функции (хотя порой по разным причинам этим термином называют, например, мессенджеры). Социальные сервисы не нуждаются в том обилии и универсальности функций, которые имеют социальные сети: такой расширенный функционал им просто не нужен, даже отвлекает от той задачи, которую выполняет конкретный сервис.

Многие сервисы появились на веб 2.0-ном этапе развития интернета (поэтому часто в интернете они перечисляются как социальные сервисы в формате веб 2.0). Но некоторые из них зародились раньше, ещё на этапе веб 1.0. К таковым мы отнесём следующие:

- Электронная почта – технология и служба по пересылке и получению электронных сообщений между пользователями компьютерной сети (как локальной, так и глобальной). Впервые сервис появился в 1965 году; в 1972 было создано приложение для сети *ArpaNet*.

Электронная почта повторяет систему обычной (бумажной) почты, заимствуя термины: почта, письмо, конверт, вложение, ящик, доставка и др.

Электронная почта пересылает простой текст, а также вложенные файлы в разных форматах. Она даёт возможность отправки сообщения сразу нескольким адресатам, а также массовой рассылки (также нам известен такой её вариант как спам); позволяет создавать личные и групповые чаты.

Крупнейшие мировые службы электронной почты: *Gmail.com* (*Google*), *Outlook* (*Microsoft*), Yahoo*!Почта*. Большой известностью в начале 2000-х пользовалась почта *Microsoft Hotmail*, но затем в 2012 она была объединена с новым проектом *Microsoft* – почтой *Outlook*.

Крупнейшие российские службы электронной почты: *Mail.ru*, «*Яндекс.Почта*», «*Рамблер/почта*».

Интернет-форумы – специальные ресурсы для организации информирования, общения пользователей.

Суть работы форума заключается в создании пользователями своих тем с их последующим обсуждением путём постинга – размещения сообщений внутри этих тем.

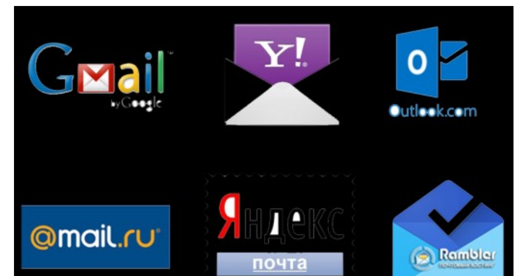


Рис. 24. Логотипы крупнейших почтовых сервисов

Пользователи могут комментировать заявленную тему, задавать вопросы по ней и получать ответы, а также сами отвечать на вопросы других пользователей форума и давать им советы.

Вопросы и ответы сохраняются в базе данных форума и в дальнейшем могут быть полезны как участникам форума, так и любым пользователям сети интернет, которые могут зайти на форум, зная адрес сайта, или получив его от поисковых систем при поиске информации.

Тематика форумов может быть самой разнообразной, охватывая все сферы жизни, и определяется либо пользователями форума, либо его администрацией.

На рубеже XX–XXI веков, в первое десятилетие XXI века форумы были практически в каждом городе России (порой – несколько на город), форумный ландшафт динамично менялся: появлялись новые, переставали работать старые. В 2010-е их потеснили социальные сети, форумы остались только в крупных городах.

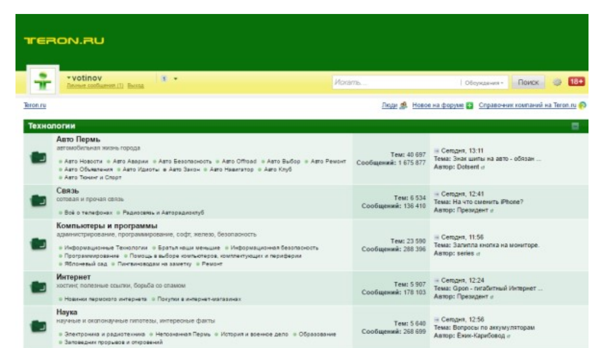


Рис. 25. Террон, классический форум Перми

Классическими форумами Пермского края, сохранившимися по сей день, являются: *Teron* (Пермь, https://teron.online/) и «*БерФорум*» (Березники, https://berforum.ru/). Несколько поколений выросло вместе с ними; многие их пользователи успели переехать в другие города, в столицы, но по старой памяти порой всё ещё заходят туда. Очевидно, граждане этих городов до сих пор нуждаются в информационных услугах именно такого типа, поэтому эти сервисы до сих пор живы; форумы оперативнее, чем городские власти и СМИ, могут решать вопросы городской жизни[94].

Подчеркнём, что степень анонимности пользователя форума изначально гораздо больше, чем пользователя классической соцсети. Общение на форумах имеет, прежде всего, информационную функцию, функция личностной коммуникации здесь вторична: важно то, **что** скажет человек, насколько важную и верную информацию он предоставит и менее важно, кто он такой, с точки зрения возраста, пола, образования, профессии и пр. – то, без чего практически не существует личностно-ориентированное общение в соцсетях.

Чат. Согласно существующему определению, чат – это «средство обмена сообщениями по компьютерной сети в режиме реального времени, а также программное обеспечение, позволяющее организовывать такое общение»[95]. Сегодня это слово ассоциируется с беседами в социальных сетях или мессенджерах, но исторически – это одна из крупнейших форм социальной коммуникации в интернете. В 1988 году был разработан протокол *Internet Relay Chat* (*IRC*), а в 1990-е и на рубеже 1990–2000-х чаты стали популярнейшим средством онлайн-

[94] См., напр., о работе «Берфорума»: *Пустовалов А. В.* Соцсетевой ландшафт Пермского края // Знак. Проблемное поле медиаобразования. 2017. №2 (24). С. 84. URL: https://www.elibrary.ru/item.asp?id=29303255

[95] Чат // Википедия. Свободная энциклопедия. URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Чат

общения, позволявшим, в отличие от форумов, коммуницировать мгновенно, в режиме реального времени (поэтому их можно назвать непосредственными предшественниками соцсетей, также ориентированных на быструю коммуникацию).

В России на рубеже 1990–2000-х интернет-пользователи хорошо знали такие чаты, как «*Диван»*, «*Кроватка»*, «*Мафия»*, «*У Масяни»*, «*Болтушка»*, «*ЧатСити»*[96][97] и пр. Там проводили огромное количество времени, возмещая недостаток разнообразия общения в реале и просто пробуя новый формат коммуникации.

Чаты потеряли свою популярность с появлением соцсетей: они обладают гораздо большей функциональностью, большим количеством вариантов общения. К настоящему моменту прежний формат унаследовали видеочаты (в основном, эротической направленности)[98].

Службы мгновенных сообщений, или *мессенджеры* (*Instant Messaging Service, IMS*) – службы для обмена сообщениями в реальном времени через интернет. Также возникли ещё на этапе веб 1.0 (тогда они назывались «*интернет-пейджеры»*), но на этапе веб 2.0 получили второе дыхание. Это сервисы, близкие по функционалу к чатам, но не предназначенные ни к работе в интернете в формате сайта, ни требующие установки программы-клиента.

Мессенджеры не работают самостоятельно, а подключаются к центральному компьютеру сети обмена сообщениями, называемому сервером. Поэтому мессенджеры и называют клиентами (клиентскими программами). Каждая из этих сетей разработана отдельной группой разработчиков, имеет отдельные серверы, отличается своими правилами и особенностями.

Мессенджеры работают на собственных протоколах; иногда на одном протоколе работает несколько мессенджеров (на *XMPP – Jabber*, *Xabber*, *Miranda*, *Google Talk*; на *OSCAR – ICQ*, *Jimm*, *QIP 2005*, на *MSN –aMSN*, *KMess*, *MSN*, *Windows Live Messenger*).

Примеры мессенджеров.

Ранние: *ICQ* (1996)*, AIM* (1997), *Yahoo!Pager* (1998), *Jabber* (1998), *MSN Messenger* (1999, с 2005 года называется *Windows Live Messenger*, в 2013 объединён со *Skype*), *QQ* (1999), *Miranda* (2000), *Jimm* (2003), *Агент@Mail.ru* (2003)*, QIP* (2005), *Google Talk* (2005).

Поздние (для смартфонов): *WhatsApp* (2009), *Viber* (2010), *KakaoTalk* (2010), *Line* (2011), *WeChat* (2011), *Snapchat* (2011), *Facebook Messenger* (2011), *Google Hangouts* (2013), *Telegram* (2013), *«ТамТам»* (2017)*,* и т. д.

Мессенджер может передавать текстовые сообщения, звуковые сигналы, изображения, видео, а также производить такие действия, как совместное рисование или игры. Многие из таких программ-клиентов могут применяться для организации групповых текстовых чатов или видеоконференций (*Skype, Агент Mail.ru,* современный *QIP*).

---

[96] Популярнейшие чаты Рунета. Топ-10 // Коммерсант. №218 от 02.12.2002, стр. 11. URL: https://www.kommersant.ru/doc/353918

[97] *Шестаков И.* Скандалы, анекдоты, чаты: что искали в Рунете 20 лет назад // Известия. 1 апреля 2019. URL: https://iz.ru/861728/ignat-orbeliani/skandaly-anekdoty-chaty-chto-iskali-v-runete-20-let-nazad

[98] Чат (программа). История // Википедия. Свободная энциклопедия. URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Чат#История

Вопросы для самопроверки

- Что такое социальные сервисы? Чем они отличаются от социальных сетей?
- Почему стоит выделять социальные сервисы в отдельный тип социальных коммуникаций в интернете?
- Можно ли социальный сервис назвать соцсетью?
- Какие типы социальных сервисов унаследованы современным интернет-пользователем из предыдущего, веб 1.0-ного этапа развития интернета?
- Когда возникли первые прототипы современной электронной почты?
- Какой контент может пересылать современная электронная почта?
- Какой функционал имеет современная электронная почта в отличие от прежней, предназначенной лишь для пересылки простых текстовых сообщений?
- Назовите крупнейшие зарубежные и отечественные сервисы электронной почты.
- Назовите крупнейший русскоязычный почтовый сервис. Какие ещё сервисы он присоединил к себе?
- Что такое форум как разновидность социальных интернет-сервисов?
- В чём суть работы форума? Какие функции для него характерны?
- В чём сходство и отличие форума и социальных сетей?
- Приведите примеры крупнейших форумов Пермского края.
- В чём причины падения интереса интернет-пользователя к форумам?
- Что такое чат? Какие типы чатов мы можете привести?
- Приведите примеры крупнейших чатов начала 2000-х годов.
- В чём сходство функций чата и социальных сетей?
- Характерна ли такая форма социального взаимодействия, как чат, для современного этапа развития интернета?
- Что такое мессенджер, каковы принципы его работы?
- Назовите первые мессенджеры. Как они назывались в ту пору?
- Каков функционал современных мессенждеров? Как он расширился в сравнении с прошлыми сервисами мгновенных сообщений?

ТЕМА 13. СОЦИАЛЬНЫЕ СЕРВИСЫ: ЗАКЛАДКИ, ВИКИ-РЕСУРСЫ, ГЕОЛОКАЦИЯ

Эта часть социальных сервисов больше ассоциируется с современным веб 2.0-ным этапом развития интернета, основной характеристикой которого является *UGC*, *user generated content*, то есть контент, создаваемый самими пользователями.

Социальные закладки (англ. *social bookmarking*) – веб-сервис, который позволяет пользователям систематизировать ссылки, описания, снабжая их поисковыми критериями, позволяя пользователям предоставлять в распоряжение других список закладок или популярных веб-сайтов. Такие сайты также могут использоваться для поиска пользователей с общими интересами.

Классическими примерами этого типа социальных ресурсов является *Reddit* (https://www.reddit.com/). Возникший в 2005 году, он до сих пор востребован и популярен, на сегодняшний день он входит в два десятка популярнейших интернет-ресурсов планеты (https://www.alexa.com/siteinfo/reddit.com). Другой ресурс, *Delicious*, созданый в 2003 году как *del.icio.us*, в 2019 году был закрыт[99]. В качестве отечественных примеров можно привести закладочные сервисы «*БобрДобр»* (https://bobrdobr.ru/, создан в 2006 году)*, «МоёМесто»* (http://moemesto.ru/, создан в 2007 году).

Добавим, что сервисы этого рода, подразумевающие социальность в их использовании, нужно отличать от сервисов типа «*Закладки Google»* или «*Яндекс.Закладки»*, рассчитанных не на коллективное, а на индивидуальное использование и социального значения не имеющие.

Вики-ресурсы – социальные проекты с использованием вики-движка, позволяющие пользователям создавать собственные тексты, книги, загружать собственный контент и пр.

Обзор вики-проектов, безусловно, уместно начать с «*Википедии»* – известнейшего (но не единственного вики-ресурса). Весь контент ресурса создаётся самими пользователями. Она является результатом долгого развития человеческой культуры и одним из высших её выражений на современном этапе, определённым атрибутом современного состояния человечества. Количество ссылок на «*Википедию»* в популярной культуре таково, что этот термин является одним из группы избранных существительных XXI века, которые так узнаваемы, что больше не нуждаются в объяснениях[100].

«Википедия» – это крупнейшая энциклопедия, которую когда-либо создавало человечество; она во много раз крупнее «Энциклопедии французских про-

---

[99] Delicious // Wikipedia. The Free Encyclopedia. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Delicious_(website)

[100] Википедия. Значение // Википедия. Свободная энциклопедия. URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Википедия#Значение

светителей», БСЭ и «Британники» (даже вместе взятых)[101]. Она создана Джимми Уэйлсом и Ларри Сэнгером в 2001 году.

Важно отметить, что *«Википедия»* – это продукт коллективного разума: именно поэтому её публикации могут превосходить статьи сколько угодно талантливых одиночек в предыдущих энциклопедиях. Очевидно, что во всех предыдущих проектах упор делался на солидные имена, на авторитетных, проверенных авторов: они являлись гарантом глубины и объективности содержания.

Однако такие проекты были весьма медлительны, тяжеловесны и не всегда объективны. По охвату тем они вряд ли могут посостязаться с *«Википедией»*. Именно эта энциклопедия – по-настоящему современный проект, отражающий дух времени, высоту и широту запросов современного человека. Она включает более 40 млн. статей более чем на 300 языках мира; только в русскоязычном секторе – 1,6 млн. статей (для сравнения: французская «Энциклопедия» – более 70 тыс. статей, БСЭ – 100 тыс. статей, «Британника» – 120 тыс. статей). К тому же эти статьи имеют законченный характер, их нельзя больше редактировать, дополнять; в *«Википедию»* может сделать вклад любой человек, кому есть что сказать (неслучайно её основным слоганом является «Anyone Can Edit» – «Любой может редактировать»).

«Википедия» – один из самых популярных ресурсов в мировом интернете. По версии международного вебомера *Alexa Internet*, энциклопедия входит в число наиболее востребованных интернет-пользователями ресурсов сети (https://www.alexa.com/siteinfo/wikipedia.org). Среди её соперников лишь такие гиганты, как *Facebook*, *Google*, *YouTube*. Никакое из мировых СМИ (даже таких авторитетных, как *BBC*, *The Guardian*, *The New York Times* и др.) не может соперничать с ней по востребованности. На сегодняшний день «Википедия» доступна на более чем 300 языках мира.

Владельцем этого проекта является американская некоммерческая организация «Фонд Викимедиа», имеющая 39 региональных представительств. Её название образовано от английских слов *«wiki»* (т.е. технология, лежащая в основе функционирования сайта; само слово заимствовано из гавайского языка, где значит «быстро») и *«encyclopedia»* (энциклопедия).

Другие проекты «Фонда Викимедиа»:

Wikinews (*«Викиновости»*) – открытое новостное интернет-издание с новостями (глобальными и локальными), создавать и редактировать которые могут все пользователи. Проект функционирует на 33 языках, в том числе на русском. Китайский раздел *«Викиновостей»* в Китае 10 января 2009 года был заблокирован, как и многие другие социальные и блогсервисы.

---

[101] «Энциклопедию, или Толковый словарь наук, искусств и ремёсел» 1751–1780 гг. считают одной из высочайших вершин науки и культуры XVIII века. Он создавался крупнейшими учёными и философами того времени – всего около 20 крупных имён. Считается, что это издание подготовило почву для Великой французской революции. Другой известнейший проект этого типа – «Большая советская энциклопедия». Она создавалась с 1926 по 1990 годы, имеет три издания (1947, 1958, 1978). Авторами и редакторами БСЭ являлись ведущие советские учёные и государственные деятели. Ещё один проект мирового уровня – энциклопедия «Британника». На сегодняшний день она выдержала уже 15 изданий (последнее – 1985 год). Авторами «Британники» являлись и являются ведущие мировые эксперты.

«Викиучебник» – ресурс для коллективного написания учебной литературы. Здесь каждый может создать и изменить любую страницу любого учебника, и каждый может бесплатно читать, копировать, издавать и изменять его содержимое.

«Викисклад» – виртуальное хранилище для изображений, звукозаписей, видеороликов и других мультимедийных файлов, включаемых в страницы проектов «Фонда Викимедиа», которые можно свободно распространять, изменять и использовать в любых (включая коммерческие) целях, в том числе и за пределами проектов «*Викимедиа»*.



Рис. 26. Различные проекты с использованием вики-движка.

Другие проекты с использованием вики-движка:

Wikileaks («*Викиликс»*) – международная некоммерческая организация, которая публикует секретную информацию, взятую из анонимных источников или при утечке данной информации (ключевое слово «*leaks»* в названии проекта означает «*утечка»*). *Wikileaks* не является в прямом смысле свободным вики-ресурсом: читатели, не обладающие соответствующим разрешением, не могут менять его содержание. Но стать анонимным источником информации может любой, кто ей располагает и пришлёт в редакцию проекта.

«Лукоморье» (*Lurkmore*) – энциклопедия интернет-мемов, написанная довольно острым и порой нецензурным языком. Позиционирует себя как «свободная энциклопедия правды»; несомненно, это один из самых примечательных и интересных проектов Рунета. Роскомнадзор неоднократно блокировал как саму энциклопедию, так и отдельные её статьи; в данный момент проект вновь недоступен[102].

Интересно, что «*Википедия»*, как и многие прочие западные «буржуазные» социальные интернет-продукты, запрещена в Китае, однако там есть свой

[102] Лукоморье // Википедия. Свободная энциклопедия. URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Лукоморье

аналогичный проект: энциклопедия, созданная *Baidu* – китайским (и одним из крупнейших в мире) поисковиком, являющаяся своеобразным вопросно-ответным дополнением к поисковой системе. «*Байдупедия»* (https://baike.baidu.com/) выполнена вполне в китайских масштабах: она имеет 16 млн. статей и около 7 млн. редакторов, однако её контент цензурируется в соответствии с рекомендациями китайского правительства[103].

Из других проектов на вики-движке стоит привести также «*Циклопедию»* (http://cyclowiki.org, проект, напоминающий «*Википедию»*, но без такого высокого порога значимости: статьи здесь не удаляются как «незначимые»). «*Традиция»* (https://traditio.wiki, позиционирует себя как «свободная русская национальная энциклопедия», имеет около 40 тыс. статей), *«Энциклопедия Томского университета»* (http://wiki.tsu.ru/ – энциклопедия персоналий, явлений, событий, связанных с одним из крупнейших в России университетов)*, «Всё о геологии»* (http://wiki.web.ru, позиционирует себя как «открытая энциклопедия по наукам о Земле»), «*Анекдот.ме»* (https://anekdot.me – наполняемый пользователями проект, содержащий более 6 тыс. анекдотов)*, «Абсурдопедия»* (https://absurdopedia.net/, международная шуточная вики-энциклопедия, пародия на «*Википедию»*)*,* «*Мракопедия»* (https://mrakopedia.org/, онлайн-сборник тёмного фольклора, городских легенд, страшных историй)*, Encyclopatia* (http://encyclopatia.ru – шутливо-пародийная энциклопедия на темы медицины и ЗОЖ).

Геолокационные сервисы – это инструменты, позволяющие пользователям искать, отмечать, комментировать, снабжать фотографиями и иным образом редактировать цифровые карты (например, вносить дополнительную информацию об объектах, типа высоты здания, адреса, количество жильцов).

Они отличаются от тематических социальных сетей типа *Foursquare* и *Swarm* меньшим функционалом и более конкретной целью использования, но социально-коммуникационный аспект у них тоже имеется.

Эти сервисы используют географическое положение пользователя; при этом применяются различные инструменты геолокации (например, *GPS* или гибридные системы типа технологии *AlterGeo*), которые дают возможность определять текущее местонахождение того или иного пользователя и соотносить его позицию в пространстве с расположением различных мест и людей вокруг.

В качестве примеров можно привести *2ГИС* («*ДубльГИС»*) – сервис электронных справочников с картами городов; поглотивший «*Яндекс.Транспорт»,* сервис *«Яндкекс.Карты»*, ответственный за прокладку пеших и транспортных маршрутов; *Uber*, *Rutaxi, Tabtaxi*, «*Ситимобил», «Яндекс.Такси»*, *inDriver* – сервисы для пользования такси; *BlaBlaCar*, *DiDi-Rider*, *Cabify*, *Beat* – приложения для поиска машины или попутчиков, и пр.

---

[103] Baidu Baike // Wikipedia. The Free Encyclopedia. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Baidu_Baike

Вопросы для самопроверки

- Что такое закладочные сервисы, для чего они служат?
- Приведите примеры крупных мировых и отечественных закладочных сервисов.
- Какой из закладочных сервисов является самым востребованным в мире?
- Какие функции имеет сервис *Моё место*?
- Что такое вики-движок, для чего он служит?
- Что такое «*Википедия»* и какое место она занимает среди известных энциклопедий мира?
- В чём современность «*Википедии»*? Какой функционал она имеет?
- Какие ещё проекты созданы в рамках «Фонда Википедии»?
- Для чего служит «*Викисклад»*? Какой контент там публикуется?
- Какие функции выполняет проект *Wikinews*?
- Что такое *Lurkmore*, чему служит этот проект?
- Кто, когда и зачем создал «*Википедию»*?
- Чем «*Циклопедия»* отличается от «*Википедии»*?
- Приведите примеры проектов онлайн-энциклопедий, напоминающих «*Википедию»*, а также пародирующих её?
- Как называется аналог «*Википедии»* в Китае? Кто является её создателем, кто её редактирует, кто контролирует?
- Какие ещё примеры вики-проектов вы можете привести?
- Что такое «*Абсурдопедия»*? Какова её цель?
- Назовите крупнейшую в России энциклопедию о геологии.
- Каково назначение онлайн-энциклопедии *Encyclopatia*?
- Для чего создан проект *Wikileaks*?
- Что такое геолокационые сервисы, как они работают?
- На основе чего функционируют такие проекты «*Яндекса»*, как «*Яндекс.Транспорт»*, *«Яндекс.Карты»*, «*Яндекс.Такси»*?
- Для чего служат сервисы *BlaBlaCar*, *DiDi-Rider*, *Cabify*, *Beat*?

ТЕМА 14. СОЦИАЛЬНЫЕ СЕРВИСЫ: ДЕЛИМСЯ ДАННЫМИ

В рамках этой темы мы выделили те социальные ресурсы, которые связаны с общим доступам к файлам, с возможностью делиться ими, редактировать и пр.

Облачные хранилища данных – сервисы для хранения файлов, которые находятся и обрабатываются в так называемом «облаке». Они позволяют хранить музыку, видео, изображения и другие файлы в «облаке» и синхронизировать данные. Пользователи этих сервисов могут давать другим ссылку на скачивание файлов и организовать совместную работу с данными.

В качестве примеров можно привести такие платформы, как *OneDrive* (https://onedrive.live.com/, сервис, созданный *Microsoft* в 2007 году), *iCloud* (https://www.icloud.com/ , сервис, созданный *Apple* в 2011 году), *Google Drive* (https://drive.google.com/, сервис, созданный *Google* в 2012 году; в отечественной локализации называется *Google Диск*), «*Яндекс.Диск»* (https://disk.yandex.ru/, сервис, созданный *Яндекс* в 2012 году), «*Облако Mail.Ru»* (https://cloud.mail.ru/, сервис, созданный *Mail.ru Group* в 2013 году), *Dropbox* (https://www.dropbox.com/, сервис, созданный в 2007 году).

Сервисы для совместной работы с документами. Более интересная разновидность сервисов, предоставляющих возможность не только хранить файлы (текстовые, табличные, презентации, изображения), но и совместно редактировать их. Ссылку на редактирование документа можно отправить знакомому, коллеге и пр., который живёт в другом районе, городе, стране для того, чтобы вместе можно было добавлять в документ новое содержание, править, менять его (или дать ссылку на чтение документа).

Безусловно, в прошлом люди умственного труда, занятые общей работой, много потеряли, не имея возможности трудиться совместно, будучи разделены расстоянием; много литературных работ, научных исследований и иных креативных продуктов не состоялось в должной мере без подобных сервисов. Однако даже в нашем мире информационных технологий многие не знают, что они существуют; возможность ими пользоваться становится большим открытием для студентов и их научных руководителей, соавторов, коллег, бизнесменов и пр.

Классическим примером этого типа являются сервисы *Google*, развёрнутые на упомянутой выше платформе *Google Drive* («*Диск Google»*, https://drive.google.com/). Первыми там появились сервисы текстовых (*Docs*), табличных документов (*Sheets*) и презентаций (*Slides*) с возможностью совместного редактирования и сохранения документов в привычных форматах: *doc*, *xls*, *ppt и пр*. Затем добавилась возможность работать с формами (*Forms*), инфографикой и схемами (*Drawings*), картами (*Maps*), конструктором и хостингом сайтов (*Sites*), скриптами (*Apps Script*), видео (*WeVideo*), контентом интерактивной доски (*Jamboard*).

Для оперативного общения пользователей, занятых общей работой, в сервисах доступна функция чата[104]. Он особенно любим пользователями *Google Docs*[105].

Часть возможностей, предлагаемых *Google*, доступна и на отечественном сервисе «*Яндекс Диск*» (https://disk.yandex.ru/). Он позволяет создавать пока только «классические» типы документов – текстовые, табличные, презентации, а также создавать альбомы изображений. «*Яндекс Диск*» также поддерживает совместное редактирование документов[106].

Файлообменные сети – сети для совместного использования файлов, основанных на равноправии участвующих в обмене файлами, то есть каждый участник может одновременно являться и клиентом, скачивающим контент (*личем,* в терминах данного рода ресурсов), и сервером (*сидом*), то есть раздающим контент. Эти сети также называют «*пиринговыми*» (от англ. *peer-to-peer*, *P2P – равный к равному*), то есть основанными на равноправии участников.

Такие сети зачастую могут ассоциироваться с пиратским, противозаконным распространением защищённого авторскими правами контента, что не вполне верно, потому что такие сети распространяют любой контент. Главная идея таких ресурсов – контент в интернете должен быть свободным, принадлежать всему человечеству (а не структурам, заинтересованным в коммерческой наживе). Эта идея глубоко близка нашей стране, поэтому ресурсы такого типа у нас очень распространены. В сетях такого рода важен фактор абсолютной анонимности: ты не можешь сказать, с компьютеров каких пользователей (кто они по полу, возрасту, национальности, адресу проживания, интересам) скачивается контент; таким же образом другие участники не знают ничего подобного про тебя; однако социальность здесь присутствует уже в самом факте, что кто-то охотно делится с тобой контентом, который есть у него, и ты в ответ так же делишься с другими тем, что есть у тебя.

Чтобы воспользоваться такой сетью, нужно скачать программу-клиент, которая позволяет скачивать нужные файлы на компьютер и одновременно расшаривает их (делает доступными, от англ. *share*) для других.

Одним из первых файлообменных протоколов на рубеже 1990–2000-х (а также сетью, функционирующей на его основе) был *eDonkey* («*Donkey*» в переводе с англ. – *осёл*). В Рунете его ласково называли *ослик*, *осёл*, а пользователей сети – *ословодами*[107]. Коммерческий клиент для этой сети назывался *eDonkey2000* (можно просто *осёл*), бесплатный клиент – *eMule*[108] (можно просто *мул*). Примерно в то же время пользовался популярностью клиент *KaZaA*[109] (для

---

[104] *Ганн Я.* Чат в Документах Google // Неофициальный блог о продуктах и сервисах Google. 26 апреля 2013. URL: http://ru-google-os.blogspot.com/2013/04/chat-in-google-docs.html

[105] Ализар А. Google Docs — любимый чат у школьников // Хабр. 16 марта 2019. URL: https://habr.com/ru/post/443966/

[106] Редактировать документы. Совместное редактирование документов // Яндекс Справка. URL: https://yandex.ru/support/disk/actions-files/doc-edit.html

[107] EDonkey2000 // Википедия. Свободная энциклопедия. URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/EDonkey2000

[108] eMule // Википедия. Свободная энциклопедия. URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/EMule

[109] Kazaa // Википедия. Свободная энциклопедия. URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Kazaa

файлообменной сети *FastTrack*); несложно догадаться, как в России именовали клиента, обслуживаемую им сеть и её пользователей.

Ко второй половине нулевых годов XXI века более популярным стал протокол *BiTorrent* (более поздний интернет-пользователь уже не понимал значения всех этих слов, отсылающих к доисторическим динозаврам *donkey*, *mule, kazaa* и пр.), к нему были разработаны свои программы-клиенты, такие как: *µTorren*t, *BitComet*, *KTorrent*, официальный клиент *BitTorrent*.

В мире возникло множество торрент-трекеров, осуществляющих координацию его клиентов. Эти ресурсы дают ссылки и описания файлов, которые есть на компьютерах миллионов пользователей (фильмы, музыка, книги и пр.). Важно отметить, что торрент-трекеры не содержат самих по себе файлов (которые могут находиться в интернете с нарушением авторских прав), но лишь переадресовывают к ним, давая скачивать клиенту небольшой файл с соответствующей технической информацией (торрент-файл). Это снимает с них часть ответственности перед правообладателями и законом и позволяет существовать на грани правового поля.

Примеры торрент-трекеров.

Мировые: *PirateBay* (самый известный в мире ресурс подобного типа, неоднократно запрещаемый и постоянно гонимый, но имеющий много сайтов-зеркал), *RARBG* (ресурс с разнообразными раздачами; как и *PirateBay*, запрещён во многих странах), *1337x* (https://1337x.to/, богатый трекер с интересными опциями); **отечественные**: *RuTracker* (https://rutracker.org/), крупнейший торрент-трекер России, работающий под блокировкой)*, Rutor*, один из крупнейших трекеров России, не требующий регистрации, также работает под блокировкой через зеркала (например, http://xrutor.org/), *NNM-club*, также подвергавшийся блокировкам *Роскомнадзора*, но на сегодняшний день свободно доступный по своему адресу (http://nnmclub.to/) и др.[110]

Вопросы для самопроверки

- Какие типы сервисов для совместного пользования данными вы можете назвать?
- Для чего служат облачные хранения данных? Как ими пользуются?
- В чём социальный смысл облачных ресурсов?
- Перечислите крупнейшие мировые и отечественные ресурсы облачного хранения данных.
- Есть ли ресурсы для хранения данных пользователей у таких известных производителей программного обеспечения, как *Microsoft*, *Apple*?
- Располагают ли облачными ресурсами компании – владельцы крупных поисковиков (*Google*, *Yandex*, *Mail.ru Group*)?
- Приведите примеры сервисов для совместной работы с документами.

---

[110] 10 лучших (и не заблокированных) торрент-сайтов 2020 // vpnMentor. 27.02.2020. URL: https://ru.vpnmentor.com/blog/10-лучших-торрент-сайтов/

- Для чего нужны сервисы совместной работы с документами, какие возможности они открывают?
- С какими типами документов может работать сервис *Google Drive*?
- С какими типами документов может работать сервис «*Яндекс.Диск»*?
- Какими сервисами, отсутствующими на «*Яндекс.Диск»*, располагает *Google Drive*?
- Что такое файлообменные сети, для чего они служат?
- Какие функции несёт программа-клиент в пиринговых сетях?
- Что ассоциировалось у российского интернет-пользователя начала 2000-х со словами *осёл*, *мул*, *коза*?
- Как назывался файлообменный протокол (и сеть на его основе), предшествующий популярному ныне *BiTorrent*?
- Что такое *Pirate Bay*?
- Что такое торрент-трекер, какие функции он имеет?
- Что такое торрент-файл? Кто предоставляет торрент-файлы?
- Приведите примеры крупнейших зарубежных и отечественных торрент-трекеров.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Chapman K.* The History and Evolution of Social Media // Webdesignerdepot Staff. 07.10.2009. URL: https://www.webdesignerdepot.com/2009/10/the-history-and-evolution-of-social-media/ Перевод на русский: *Мкртчан Э.* История и развитие социальных медиа // Хабр. 12.10.2009. URL: https://habr.com/ru/post/72136/

2. *Matthews H.* The History of Match.com (From 1993 to Today) // DatingNews.com. June 15, 2018. URL: https://www.datingnews.com/apps-and-sites/history-of-match/

3. *Sehl A., Cornia A., Nielsen R. K.* Public Service News and Social Media // Digital News Project. Reiters Institute, University of Oxford, 2018. URL: https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2018-03/sehl_et_al_1803_FINAL_0.pdf

4. Engagement rate: как правильно считать коэффициент вовлеченности в социальных сетях // Popsters.ru. 17 мая 2017. URL: https://popsters.ru/blog/post/55 (дата обращения: 10.02.2019).

5. *ERday, ERpost, ERview* – что это такое? И для чего они нужны? // Feedspy. URL: https://feedspy.net/en/blog/view/id/10 (дата обращения: 17.09.2019).

6. *Абашев В. В., Печищев И. М.* Городские сетевые издания как агенты урбанизации // Знак: проблемное поле медиаобразования. № 4 (30). 2018. URL: https://elibrary.ru/item.asp?id=36529020

7. *Абашев В. В., Печищев И. М.* «Открылось новое пространство…»: локальные урбанистические медиа в производстве городской среды // Вестник Пермского университета. Российская и зарубежная филология. Пермь: изд-во Перм. ун-та, 2019. Том 11. Выпуск 2. С. 131–147. URL: http://press.psu.ru/index.php/philology/article/view/2329/1692 (дата обращения: 26.09.2019).

8. *Алексеева А. О.* «Народная журналистика» и «депрофессионализация» СМИ // Вестн. Моск. ун-та. Сер.10. Журналистика. 2006. №6. С. 80–84. URL: https://elibrary.ru/item.asp?id=18781092& (дата обращения: 17.09.2019).

9. *Антипина З. С.* Районные газеты в социальных сетях // Районные газеты Пермского края: настоящее и будущее Пермь, 2017. С. 113–125. URL: https://elis.psu.ru/node/488593 (дата обращения: 17.09.2019).

10. Артём Феоктистов: «Мы и про Путина не стесняемся писать» // SP Blog. Livejournal. 8 июля 2013. URL: https://sp-blog.livejournal.com/85792.html

11. Аудитория социальных сетей в России 2019 // Popsters.ru. URL: https://popsters.ru/blog/post/auditoriya-socsetey-v-rossii (дата обращения: 17.11.2019).

12. *Беленко В. Е.*, *Кунгурцев Э. Е.* Интеграция региональных интернет-СМИ в социальные сети (на материале интернет-СМИ Г. Новосибирска) // Вестник Новосибирского государственного университета. Серия: История. Филология. 2016. Том 15. № 6. С. 69–82. URL:

https://cyberleninka.ru/article/n/integratsiya-regionalnyh-internet-smi-v-sotsialnye-seti-na-materiale-internet-smi-g-novosibirska (дата обращения: 17.09.2019).

13. *Браславец Л. А.* Социальные сети как средство массовой информации // Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика. 2009. № 1. URL: http://www.vestnik.vsu.ru/pdf/phylolog/2009/01/2009-01-31.pdf (дата обращения: 10.10.2019).

14. *Брызгалова Е.* Крупнейшие Telegram-каналы и СМИ жалуются на клоны в TamTam // Ведомости. 16 апреля 2018. URL: https://www.vedomosti.ru/technology/articles/2018/04/17/766903-telegram-kanali-tamtam

15. *Вижу сообщения про мессенджер TamTam, где «каналы как в „Телеге“». Что это такое?* // Meduza. 16 апреля 2018. URL: https://meduza.io/feature/2018/04/16/vizhu-soobscheniya-pro-messendzher-tamtam-gde-kanaly-kak-v-telege-chto-eto-takoe

16. *Востров А.* История создания «ВКонтакте» // Seoded.ru URL: http://www.seoded.ru/istoriya/internet-history/istoriya-vkontakte.html (дата обращения: 17.09.2019).

17. *Дьяченко О. В.* Российские СМИ в социальных сетях Facebook и в «ВКонтакте»: практики взаимодействия // Медиаскоп. 2014. № 4. URL: http://www.mediascope.ru/1615 (дата обращения: 12.11.2019).

18. *Глазычев В. Л.* Город без границ. М.: Территория будущего, 2011. 398 с.

19. Градостроительство. Планировка и застройка городских и сельских поселений // Минстрой России. 2016. URL: http://www.minstroyrf.ru/upload/iblock/165/sp-42.pdf (дата обращения: 17.09.2019).

20. *Градюшко А. А.*, *Нигматуллина К. Р.*, *Пустовалов А. В.* Сообщества «ВКонтакте» и их роль в медийном ландшафте: опыт трех регионов // Труды БГТУ. Серия 4. Принт- и медиатехнологии. № 1 (219) 2019. С. 54–61. URL: https://elibrary.ru/item.asp?id=37318732 (дата обращения: 17.09.2019).

21. Гринин Л. Е., Коротаев А. В., Крадин Н. С. Методы исторического исследования // Гринин Л. Е., Коротаев А. В., Крадин Н. С. Теория и методология истории: учебник для вузов. Ответственный редактор: В. В. Алексеев. Волгоград: Учитель, 2014. С. 386-408. URL: https://www.socionauki.ru/book/files/tmh/386-408.pdf

22. *Градюшко А. А.* Приемы использования инструментов социальных медиа в современной региональной веб-журналистике Беларуси // Вестник Челябинского государственного университета. 2015. № 5 (360). Филология. Искусствоведение. Вып. 94. С. 9–14. URL: http://elib.bsu.by/bitstream/123456789/113704/1/Hradziushka_Social_media_Chelja binsk.pdf (дата обращения: 17.09.2019).

23. *Губанов Д. А.* Социальные сети. Модели информационного влияния, управления и противоборства. Учебное пособие. Москва: Издательство физико-математической литературы, 2010, ISBN 9875-94052-194-5. 228 с.

24. *Ермолова Н.* Продвижение бизнеса в социальных сетях Facebook, Twitter, Google+. М.: Альпина Паблишер, 2016. 401 с. 978-5-9614-4754-5. URL: http://www.iprbookshop.ru/48465.html

25. *Заякин А.*, *Смагин А.* «Аська» и товарищ майор. ICQ – единственный мессенджер, который без проблем читают российские спецслужбы // Новая газета. 17 мая 2018. URL: https://novayagazeta.ru/articles/2018/05/17/76500-aska-i-tovarisch-mayor

26. *Зеленцов М. В.* Городские медиа: условия функционирования // Вопросы теории и практики журналистики. Иркутск, 2015. Т. 4. № 3. С. 262–272. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/gorodskie-media-usloviya-funktsionirovaniya (дата обращения: 17.09.2019).

27. Зубаревич Н. В. Четыре России // Ведомости. 30 декабря 2011. URL: https://www.vedomosti.ru/opinion/articles/2011/12/30/chetyre_rossii (дата обращения: 20.09.2019).

28. Итоги творческого конкурса-фестиваля «Журналистская весна» пермской краевой организации Союза журналистов России // Кафедра журналистики и массовых коммуникаций ПГНИУ. URL: http://www.psu.ru/files/docs/fakultety/fil/Kaf_zhurnalistiki/journsprings.pdf (дата обращения: 06.12.2019).

29. *Куличкина Г. В.* Массовая работа с аудиторией как фактор устойчивого развития современной региональной прессы (на примере муниципальной прессы Пермского края) // Филология в XXI веке. 2018. Выпуск 1 (1). С. 88–94. URL: http://rfp.psu.ru/archive/2018phylol.pdf (дата обращения: 17.09.2019).

30. *Кульпина О.* Администрирование групп «ВКонтакте». Пермь, 2016.

31. *Кушир А.* Исследование активности русскоязычной аудитории в социальных сетях в 2016. На базе расчетов сервиса «Popsters» // Popsters.ru. 8.01. 2017. URL: https://www.slideshare.net/KushnirArseniy/popsters-70787649

32. *Лефевр А.* Производство пространства. Пер. с фр. М.: Streike Press, 2015. 432 с.

33. *Лихачёв Н.* Соцсети для медиа: как работала команда SMM Риа Новости / [Интервью с Анастасией Бацуевой и Альбертом Усмановым] // TJournal. 24 апр. 2014. URL: https://tjournal.ru/50600-ria-smm (дата обращения: 24.10.2019)

34. *Лободенко Л. К., Баштанар И. М.* Региональные интернет-СМИ в социальных сетях: трансформация медиаконтента // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2016. № 5 (59): в 3-х ч. Ч. 3. С. 29–34. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/regionalnye-internet-smi-v-sotsialnyh-setyah-transformatsiya-mediakontenta (дата обращения: 17.09.2019).

35. Мануэль Кастельс: «Мы хотим создать пул знаний». Переосмысление журналистики в Сетевую Цифровую Эпоху. Перевод Василия Гатова // Частный корреспондент. 6 июня 2014. URL: http://www.chaskor.ru/article/manuel_kastels_my_hotim_sozdat_pul_znanij_36227

36. Медиапотребление в России – 2019. Тенденции монетизации контента в Интернете // Deloit. URL: https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/ru/Documents/technology-media-

telecommunications/russian/mediaconsumption-russia-2019.pdf (дата обращения: 04.01.2020).

37. *Мирошниченко А. А.* Как изменятся функции журналиста в 2019 году // Журналист. № 12. 27 декабря 2018. URL: https://jrnlst.ru/journalist-functions-19?fbclid=IwAR3e8o1RK9pVcPC-MqEV_oJtf_xj27NbXyY1jZr8jtu0h40i2rS5mbda4-Q

38. *Мирошниченко А. А.* Когда умрут газеты. М.: Книжный мир, 2011. 224 с.

39. *Немчинова Е. Ю.* Традиционные СМИ в социальных сетях: попытки взаимодействия // Знак: проблемное поле медиаобразования. Челябинск, 2016. № 4. С. 41–47. https://cyberleninka.ru/article/n/traditsionnye-smi-v-sotsialnyh-setyah-popytki-vzaimodeystviya (дата обращения: 10.10.2019).

40. Новые городские медиа в медиаландшафте России. 1–2 июня 2018 года, Пермь. Сайт конференции. URL: http://urbanjournalism2018.tilda.ws (дата обращения: 17.09.2019).

41. Ногалес К. 7 методов статистического анализа, которые может применять каждый // Интеллектуальный клуб 4brain. 10 января 2017. URL: https://4brain.ru/blog/методы-статистического-анализа/

42. *Паранько С.* Инструментарий и навыки журналиста // Амзин А. и др. Как новые медиа изменили журналистику. 2012–2016 / А. Амзин, А. Галустян, В. Гатов, М. Кастельс, Д. Кульчицкая, Н. Лосева, М. Паркс, С. Паранько, О. Силантьева, Б. ванн дер Хаак; под науч. ред. С. Балмаевой и М. Лукиной. Екатеринбург: Гуманитарный университет, 2016. 304 с. С. 6–30.

43. Продвижение медиа в соцсетях: 12 советов от главреда Meduza Галины Тимченко // Marketing.by. 4 ноября 2015. URL: http://marketing.by/mnenie/prodvizhenie-media-v-sotssetyakh-12-sovetov-ot-glavreda-meduza/ (дата обращения: 12.10.2019).

44. Проникновение Интернета в России: итоги 2018 года // Gfk Russia. URL: https://www.gfk.com/fileadmin/user_upload/dyna_content/RU/Documents/Press_Releases/2019/GfK_Rus_Internet_Audience_in_Russia_2018.pdf (дата обращения: 04.01.2020).

45. *Пустовалов А. В.* Крупнейшие пермские информационно-коммуникативные группы «ВКонтакте»: структура, функции, роль в городском пространстве // Знак. Проблемное поле медиаобразования. 4 (30). 2018. С. 236–241. URL: https://elibrary.ru/item.asp?id=36529025 (дата обращения: 12.12.2019).

46. *Пустовалов А. В.* Региональные газеты и соцсети Пермского края: реструктуризация информационного поля // Век информации. № 2. Т. 1. С. 254–255. https://elibrary.ru/item.asp?id=28820702 (дата обращения: 17.09.2019).

47. *Пустовалов А. В.* Соцсетевой ландшафт Пермского края // Знак. Проблемное поле медиаобразования. 2017. №2 (24). С. 82–86. URL: https://znak-journal.jimdo.com/app/download/9078563984/2017_2_24.pdf?t=1499964207 (дата обращения: 17.09.2019).

48. *Путин В.* Выступление на VIII Московском урбанистическом форуме «Мегаполис будущего. Новое пространство для жизни» // Президент России. 20.12.2018. URL: http://www.kremlin.ru/events/president/news/58026

49. Размеры для оформления сообщества // ВКонтакте для бизнеса. 6 апреля 2018. URL: https://vk.com/@business-razmery

50. Сенаторов А. А. Бизнес в Instagram: от регистрации до первых денег. М.: Альпина Паблишер, 2016. 156 с. 978-5-9614-5354-6. URL: http://www.iprbookshop.ru/48555.html

51. Сенаторов А. А. Битва за подписчика «ВКонтакте». SMM-руководство М.: Альпина Паблишер, 2016. 168 с. 978-5-9614-5427-7. URL: http://www.iprbookshop.ru/42032.html

52. Сенаторов А. А. Контент-маркетинг: стратегии продвижения в социальных сетях. М.: Альпина Паблишер, 2017. 160 с. 978-5-9614-5526-7. URL: http://www.iprbookshop.ru/58557.html

53. Скотт Д. М. Новые правила маркетинга и PR: как использовать социальные сети, блоги, подкасты и вирусный маркетинг для непосредственного контакта с покупателями. Пер. с англ.: В. Апанасик, Г. Огибин; ред. А. Членова]. Москва: Альпина Паблишерз, 2011, ISBN 978-5-9614-1400-4.-3472.

54. Социальные медиа как ресурс интегрированных коммуникативных практик: монография / под ред. Л. П. Шестеркиной. Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2017. 296 с.

55. Социальные сети в России, осень 2016. Цифры, тренды, прогнозы // Adlndex.ru. 8 декабря 2016 URL: https://adindex.ru/publication/analitics/100380/2016/12/8/156545.phtml (дата обращения: 20.11.2016).

56. Социальные сети в России, лето 2017: цифры и тренды // BrandAnalythics. 29.06.2017. URL: https://br-analytics.ru/blog/sotsialnye-seti-v-rossii-leto-2017-tsifry-i-trendy/ (дата обращения: 04.01.2020).

57. Социальные сети в России: Цифры и тренды, осень 2018 // BrandAnalythics. 04.12.2018. URL: https://br-analytics.ru/blog/socseti-v-rossii-osen-2018/ (дата обращения: 10.01.2019).

58. Социальные сети в России: цифры и тренды, осень 2019 // BrandAnalythics. 26.12.2019. URL: https://br-analytics.ru/blog/social-media-russia-2019/ (дата обращения: 04.01.2020).

59. Соцсети пока не обеспечивают никакой разумной конверсии (интервью с Василием Гатовым) // Платформа. 26.10.2017. URL: http://pltf.ru/2017/10/26/socseti-poka-ne-obespechivajut-nikakoj-razumnoj-konversii/ (дата обращения: 20.11.2019).

60. *Степанов В. А.* Сообщества социальной сети «Вконтакте» как СМИ: особенности типологии и перспективы развития // Вестник БГУ, Сер.4. Филология. Журналистика. Педагогика. 2015. №2. С. 86–90. URL: http://elib.bsu.by/bitstream/123456789/155106/1/86-90.pdf

61. Тажетдинов Т. Как стать первым на YouTube: секреты взрывной раскрутки / Т. Тажетдинов, Н. Мрочковский, А. Парабеллум. М.: Альпина Паб-

лишер, 2016. 164 с. 978-5-9614-4303-5. URL: http://www.iprbookshop.ru/43649.html

62. Топ-20 русскоязычных YouTube-блогеров, сентябрь 2019. Полцарства за летсплей // BrandAnalythics. 15.10.2019. URL: https://br-analytics.ru/blog/top-20-youtube-bloggers-september-2019/ (дата обращения: 04.01.2020).

63. *Филь М.* Социальные сети. Новые технологии управления миром. М.: Издательский дом университета «Синергия», 2016. 188 с.

64. *Хабермас Ю.* Структурное изменение публичной сферы: исследование относительно категории буржуазного общества. М.: 2016.

65. *Халилов Д.* Маркетинг в социальных сетях. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013. 240 с. ISBN: 978-5-00057-824-7 URL: https://moi-portal.ru/upload/iblock/8b2/8b2246b6b04d87c9065730d33e451f49.pdf

66. *Царева А. В.* Человек в сети: смена веб-поколений // Журнал социологии и социальной антропологии. 2012. Т. 15. № 5. С. 36–54. URL: https://www.elibrary.ru/item.asp?id=20310461

67. *Шестёркина Л. П., Борченко И. Д.* Основные характеристики новых социальных медиа / Учёные записки ЗабГУ. 2014. № 2. С. 107–111. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/osnovnye-harakteristiki-novyh-sotsialnyh-media (дата обращения: 10.10.2019).

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение 1

Крупнейшие гражданские и группы СМИ Пермского края в социальной сети «ВКонтакте»

Количество подписчиков групп даётся в сравнении с количеством людей, проживающих в данном населённом пункте. Приводятся названия и адреса групп.

- Пермь. Население 1 048 005. 444 297 – подписчики «Мой город – Пермь» (https://vk.com/vikiperm), 420 148 – подписчики «Подслушано Пермь» (https://vk.com/podslushanoperm), 219 296 – подписчики «ЧП ДТП Пермь» (https://vk.com/chp_dtp_perm), 226 885 – подписчики «59.ru» (https://vk.com/news59), 211 302 – подписчики «Пермь Активная» (https://vk.com/permactive), 176 485 – подписчики «Пермь 24/7» (https://vk.com/perm24online), 125 462 – подписчики «Пермяки. Подслушано Пермь» (https://vk.com/permyaky).

Большие и средние города

- Березники. Население: 145 115. 70 360 – подписчики «[ТБ] Типичные Березники». (https://vk.com/tip_brz), 42 192 – подписчики «ЧП Березники» (https://vk.com/chp_berezniki), 40 469 – подписчики «Все Березники» (https://vk.com/vseberezniki), 36 587 – подписчики «[ПБ] «Подслушано Березники» (https://vk.com/pb159).

«Березники вечерние» (191, https://vk.com/club49577469)

«Неделя.ру» (1 016, https://vk.com/nedelyaru)

«Мой город Березники» (3 297, https://vk.com/mgberezniki)

«Новая городская газета» (1381, https://vk.com/gorod_gazeta)

«Своё ТВ» (23 187, https://vk.com/tvsvoe)

«ТНТ Березники» (10 545, https://vk.com/tnt_berezniki)

- Соликамск. Население 95 191. 42 617 – подписчики «Подслушано Соликамск!» (https://vk.com/podslushano_v_solikamske), 31 096 – подписчики «Типичный Соликамск [ТС]» (https://vk.com/typical_slkm).

«Соликамский рабочий» (841, https://vk.com/club60169270)

«Наш Соликамск» (11 055, https://vk.com/nashsolikamsk)

«ГородОК» (5 548, https://vk.com/id281329620)

«Мой город Соликамск» (6 752, https://vk.com/mgsol59)

«Соликамск-Медиа» (8 105, https://vk.com/solikamsktv)

«Соль ТВ» (13 333, https://vk.com/soltvru)

• Чайковский. Население 83 486. 38 477 – «Подслушано Чайковский» (https://vk.com/podchaik), 31 327 – подписчики «Город Чайковский (16+)» (https://vk.com/gorodchaik), 21 059 – подписчики «Чайковский: самое интересное | chaiknet.ru 16+» (https://vk.com/chaiknet), 21 728 – подписчики «Новости Объявления Чайковский | Коммерсант» (https://vk.com/chacom).

«Огни Камы»

«Частный интерес» (6 637, https://vk.com/chaint)

«Ваш успех» (1 192, https://vk.com/vashyspex2014)

«Чайковские новости» (19 584, https://vk.com/chaikovskie)

«Чайковские ведомости» (http://chaykovskiye-vedomosti.ru/)

«Чайковский ТВ» (5 089, https://vk.com/chaykovskytv)

«ТРК Медиа» (4 290, «ТНТ Чайковский») (https://vk.com/trkmediatnt)

ТРК «Сфера+» (3 530, СТС Чайковский) (https://vk.com/trksfera)

• Кунгур. Население 66 157. 42 511 – подписчики «Подслушано Кунгур». (https://vk.com/podslushano.kungur), 28 983 – подписчики «Твой Кунгур» (https://vk.com/tkungur), 21 526 – подписчики «#нашкрай кунгур» (https://vk.com/publickungur).

«Искра» (12 876, https://vk.com/iskrakungur)

«Новости Кунгурского края» (4 296, https://vk.com/smi59)

«КунгурТВ» (8 688, https://vk.com/kungurtv)

Кунгур-край.ru («КРай-ТВ») (3 951, https://vk.com/kungur_krai)

• Лысьва. Население 62 592. 30 567 – подписчики «Подслушано Лысьва/Признавашки LSV» (https://vk.com/overhear_lsv), 22 122 – подписчики «Лысьва | ЧП | Новости» (https://vk.com/4plysva59), 18 200 – подписчики «Лысьва сегодня» (https://vk.com/lysvatoday).

«Искра» (2 651, https://vk.com/iskralsv) (+ «Мы» и «Муравейник»)

«Городская газета» (3 207, https://vk.com/rekvestnik)

«Твоё лысьвенское телевидение» (8 058, https://vk.com/lysvatlt)

• Краснокамск. Население 53 864. 20 767 – подписчики «Подслушано Краснокамск» (https://vk.com/podslushano_krk), 15 665 – подписчики «Сплетни Краснокамск» (https://vk.com/spletnikrk), 9 172 – подписчики «Накипело Краснокамск» (https://vk.com/clubnakipelo), 13 451 – подписчики «Слава Краснокамск» (https://vk.com/krasnokamskslava).

«Краснокамская звезда» (4 265, https://vk.com/club133886032)

«Наш город – Краснокамск» (6 735, https://vk.com/gazeta_ngk)

«Вечерний Краснокамск» (4 791, https://vk.com/vkrasnokamsk)

«Общественное мнение» (25, https://vk.com/ob_mnenie)

«Бумер» (6 232, https://vk.com/bumergazeta)

Крснокамск ТВ (661, https://vk.com/tvkrasnokamsktv)

Малые города

- Чусовой. Население 45 291. 23 899 – подписчики «Чусовой | ЧП | Новости» (https://vk.com/4pchus59), 21 212 – подписчики «Чусовой» (https://vk.com/chusovoy_city).

«Чусовской информер» (8 986, https://vk.com/chusovskoy_informer)

«Единый Чусовой» (3 503, https://vk.com/echgazeta)

«Реквестник-Чусовой» (3 260, https://vk.com/rekvestnik)

«Чусовской рабочий» (3 163, https://vk.com/chrgazeta)

«Союз-ТВ-Чусовой» (7 332, https://vk.com/club44664013)

«Крит-ТВ» (2 303, https://vk.com/krittv59)

- Добрянка. Население 33 083. 24 509 – подписчики «Подслушано в Добрянке [16+]». (https://vk.com/podslushano_dobryanka), 11 040 – подписчики «Добрянка Сити (https://vk.com/dobryanka_city).

Зори Плюс (9 443, https://vk.com/zoriplus)

Камские зори (7 040, https://vk.com/kamskie_dbr)

«Инфоканал» (1 288, https://vk.com/tvdobryanka)

- Чернушка. Население 33 010. 34 380 – подписчики «Подслушано Чернушка» (https://vk.com/overhear_chern).

«Вестник Чернушки» (23 331, https://vk.com/vestiche)

«Маяк Приуралья» (7 446, https://vk.com/mayak59)

«Чернушка плюс» (990, https://vk.com/chpluscher)

«СТС ВеЧер» (23 058, https://vk.com/ctcvecher)

- Кудымкар. Население 31 265. 24 818 – подписчики «Кудымкар. Информационный портал» (https://vk.com/kudymkar), 22 413 – подписчики «Подслушано Кудымкар» (https://vk.com/pkudimkar).

«Парма-новости» (26 432, https://vk.com/parmanews)

«Городская газета» (10 8330, https://vk.com/gazeta59)

«Парма» (4 426, https://vk.com/gazetaparma)

«Вести Кудымкар» (7 766, https://vk.com/vestikud)

- Верещагино. Население 22 194. 28 662 – подписчики «Life in Верещагино», 21 126 – подписчики «Подслушано Верещагино».

«Заря» (3 875, https://vk.com/public71941325)

«Верещагинский вестник» (8 112, https://vk.com/ver_vestnik)

- Оса. Население 21 072. 13 491 – подписчики «Подслушано Оса» (https://vk.com/podslushano_osa)

«Осинское Прикамье» (6 511, https://vk.com/osinskoe_prikamie)

«Камские огни» (4 590, https://vk.com/kamskieogni_osa)

«Верный путь» (2 629, https://vk.com/public75793087)

«Осинские вести» (221, https://vk.com/club139680137)

«СТС | Оса | ТК "Рубин-ТВ" | ТВ-реклама» (4 669, https://vk.com/rubin_tv)

- Губаха. Население 20 289. 16 590 – подписчики «Подслушано Губаха» (https://vk.com/slgubaha), 16 112 – подписчики «Информ Губаха» (https://vk.com/informgubaha), 10 371 – подписчики «Губаха – Мой город» (https://vk.com/gorodgu).

«Уральский шахтер» (451, https://vk.com/club12345902)

- Нытва. Население 18 804. 20 869 – подписчики «Подслушано Нытва».

«Новый день» (3 412, https://vk.com/gazetanewday),

(1 350, https://vk.com/soroka_59)

Радио «Привет» (2 207, https://vk.com/radioprivet)

- Красновишерск. Население 15 587. 15 446 – подписчики «Подслушано Красновишерск» (https://vk.com/podslushanokracnovishersk), 8 180 – подписчики «Твоя Вишера» (https://vk.com/public48385623).

«Красная Вишера» (143, https://vk.com/club175225123)

- Кизел. Население 15 572. 11 671 – подписчики «Подслушано Кизел» (https://vk.com/podslushanokizel), 9 493 – подписчики «Мой город Кизел» (https://vk.com/public23934042).

«Новое время» (1 676, https://vk.com/gazetanv)

- Очёр. Население 14 240. 17 706 – подписчики «Подслушано Очёр» (https://vk.com/podslushano_ocher).

«Очёрский край» (4 164, https://vk.com/ochekray)

Очёрское телевидение (1 278, https://vk.com/club133589705)

- Александровск. Население 12 841. 12 544 – подписчики «Подслушано Александровск» (https://vk.com/aleksandrovsk59), 11 746 – подписчики «Александровск | Valekse.ru» (https://vk.com/valekse59).

- Горнозаводск. Население 11 477. 12 544 – подписчики «Подслушано: Горнозаводск» (16 902, https://vk.com/gornaz_p),

«Новости» (403, https://vk.com/club165960274)

- Гремячинск. Население 9 000. 5 625 – подписчики «Гремячинский информер» (https://vk.com/grem_info), 4 259 – подписчики «Гремячинск – мой город родной!» (4 269, https://vk.com/public102724016).

«Шахтёр»

- Суксун. Население 8 127. 9 431 – подписчики «Подслушано Суксун» (https://vk.com/suksunn), 4 698 – подписчики «Суксун» (https://vk.com/suksun59).

«Новая жизнь» (1 977, https://vk.com/club133725606)

- Оханск. Население 7 072. 5 339 – подписчики «Оханск – Подслушанно» (https://vk.com/mipodslushali), 4 373 – подписчики «Оханск и Оханский район (https://vk.com/ohansk).

«Оханская сторона» (2 845, https://vk.com/vohanske)

«Вести Оханска»

- Усолье. Население 6 236. 3 851 – подписчики «Типичное Усолье» (https://vk.com/tip_usolye), 2 489 – подписчики «Усолье (Пермский край)», (https://vk.com/usolp).

«Усольская газета» (463, https://vk.com/usol_gazet)

- Частые. Население 4 859. 7 517 – подписчики «Подслушано Частые» (https://vk.com/podslyshano_chast).

Частинские вести (3 457, https://vk.com/id291554005)

- Чердынь. Население 4 686. 9 818 – подписчики «Подслушано Чердынь» (https://vk.com/public63728400), 3 730 – подписчики «Пермь Великая Чердынь» (https://vk.com/gorodcherdyn).

Северная звезда (386, https://vk.com/club157297881)

Посёлки и сёла

- Пос. Куеда. Население 10 209. 4 260 – подписчики «Куеда».

Куединский вестник (1 970, https://vk.com/kvestnik2)

- Пос. Октябрьский. Население 9961. 18 227 – подписчики «Подслушано Октябрьский»(https://vk.com/public_zavod_okta).

«Вперёд» (2 905, https://vk.com/vpered266)

- Село Барда. Население 8 826. 17 289 – подписчики «Барда.Да» (https://vk.com/barda_da), 10013 – подписчики «БардаОнлайн» (https://vk.com/bardaonline).

ТВ Барда "Тол Буйлары" (1 227, https://vk.com/tvbarda)

- Пос. Уральский. Население 7 699. 2 298 – подписчики «Уральские новости» (https://vk.com/public94362559).

- Село Берёзовка. Население 7 363.

«Сельская новь» (1 006, https://vk.com/club125864832)

- Село Карагай. Население 6 682. 3 638 – подписчики «Земляки Карагайский район» (https://vk.com/club111548870).

«Приобвинский край (1 812, https://vk.com/priobkray)

- Пос. Ильинский. Население 6 288. 10 414 – подписчики «Подслушано Ильинский».

«Знамя» (2 714, https://vk.com/id207973170)

- Село Орда. Население 5 456. 6 307 – «Подслушано Орда» (https://vk.com/podslushanoorda).

«Верный путь» (2 629, https://vk.com/public75793087)

- Село Елово. Население 4 910. 6 203 – подписчики «с. Елово Пермский край».

«Искра Прикамья» (2 809, https://vk.com/iskra_prikamya)

- Село Юрла. Население 4 874. 2 201 – подписчики «Юрла-сити» (https://vk.com/yurla_news).

«Вестник Юрлы»

- Село Большая Соснова. Население 4 864. 3 487 – подписчики «Большая Соснова» (https://vk.com/bsosnova), 899 – подписчики «Подслушано Большая Соснова» (https://vk.com/podslyshaemvbs).

«Светлый путь»

- Село Сива. Население 4 659. 2 606 – подписчики «Читай Сива» (https://vk.com/clubcuba2017).

«На родной земле» (1 873, https://vk.com/rodzems)

- Усть-Кишерть. Население 4 617. 4 431 – подписчики «Мой Кишертский район [МКР]» (https://vk.com/ust.kishert).

«Сылвенские зори» (55, https://vk.com/silwenskiezori)

- Село Юсьва. Население 4 572. 4 270 – подписчики «Подслушано Юсьва» (https://vk.com/public59393841).

«Юсьвенские вести» (https://vk.com/club79552781)

- Село Уинское. Население 4304. 2 834 – подписчики «Подслушано в Уинском районе» (https://vk.com/podslushanouinskoe).

«Родник» (2 091, https://vk.com/gazeta_rodnik)

- Село Гайны. Население 4 050. 4 419 – подписчики «Моя родина – Гайны» (https://vk.com/club53423665).

«Наше время» (980, https://vk.com/ourtime_gainy)

- Село Кочёво. Население 3 504. 144 – подписчики «Подслушано Кочёво» (https://vk.com/public66773376).

Кочёвская жизнь (1 620, https://vk.com/club81460317)

- Село Коса. Население 2 383. 2 534 – подписчики «Подслушано Косинский район» (https://vk.com/overhearkosa).

Приложение 2

Крупнейшие пермские группы «ВКонтакте»

Пермь

- Группы общего интереса Пермь. Население 1 041 876.

361 203 – подписчики «Мой город – Пермь» (https://vk.com/vikiperm),

344 799 – подписчики «Подслушано Пермь» (https://vk.com/podslushanoperm),

191 561 – подписчики «59.ru» (https://vk.com/news59),

187 210 – подписчики «Пермь Активная» (https://vk.com/permactive),

113 132 – подписчики «Free Пермь» (https://vk.com/free_perm),

78 392 – подписчики «Типичная Пермь» (https://vk.com/tperm).

Паблики отдельных районов Перми

4 589 – подписчики «Мотовилиха. Пермь» (https://vk.com/motovilikhaperm).

2 832 – подписчики «Подслушано Заостровка» (https://vk.com/public70671050).

1 644 – подписчики «Pro Голованово» (https://vk.com/progolovanovo).

Тематические

- Kate Mobile 3 555 046 (https://vk.com/kate_mobile)
- Танки онлайн 735 789 (https://vk.com/tankionline)
- Симпсоны, Футурама, Гриффины, Южный Парк! 498 992 (https://vk.com/funmults)

Пермские СМИ

- 59.ru 151 857. https://vk.com/news59
- Новости Перми. 49318. https://vk.com/permnews 9 994 (https://vk.com/id107866966)
- ProPerm. 29169. http://vk.com/properm_ru
- В курсе. Пермь. 19 862 https://vk.com/vkurseperm
- DixiNews 4 083 https://vk.com/community_dixinews
- КП. Пермь. 3 274. https://vk.com/club17842188
- Business Class. 3200. https://vk.com/gazetabc
- НеСекретно 2 732. https://vk.com/nesekretno
- АиФ Пермь. 1678. https://vk.com/aif_perm

Приложение 3

Хронология развития социальных ресурсов в интернете

Предыстория

1962 – Карибский кризис.

1962 – первые два компьютера объединены в сеть.

1969 – возникновение *ARPANet*.

Рубеж 1980–1990-х – появление визуального интернета (Тим Бернерс-Ли, *www*, *html*, *http*).

1992 – приход к власти в России Б. Ельцина: развал СССР, конец биполярного мира.

1995 – создание ресурса *Classmates* в США (Ренди Конрадс).

1996 – создание первого мессенджера *ICQ*.

1999 – создание *Livejournal* («Живой журнал») Брэдом Фицпатриком.

История соцсетей общего назначения и тематических соцсетей

2002 – создание первой социальной сети (*Friendster*, Джонатан Абрамс).

2003 – создание *MySpace* (Крис ДеВулф и Том Андерсон).

2003 – создание сервиса видеосвязи *Skype*.

2004 – создание *Facebook* (Марк Цукерберг).

2005 – создание видеохостинга (с функциями тематической соцсети) *YouTube*.

2006 – создание мироблогингового сервиса *Twitter* (Джек Дорси).

2006 – создание в России соцсетей общего назначения: «*ВКонтакте»* (Павел Дуров) и *Одноклассники* (Альберт Попков).

2006 – создание тематической соцсети (знакомства) *Badoo* (Андрей Андреев).

2007 – создание социальной сети общего назначения «*Мой Мир»*.

История появления социальных сервисов

2009 – создание мессенджера *WhatsApp* (Ян Кум, собственность *Facebook*).

2010 – создание тематической соцсети (изображения и видео) *Instagram* (Кевин Систром и Майк Кригер, собственность *Facebook*).

2011 – создание социальной сети *Google+* (*Google*).

2011 – создание социальной сети *WeChat* (*Tencent*).

2013 – создание мессенджера *Telegram* (Павел Дуров, «*ВКонтакте»*).

2013 – создание сервиса коротких видеороликов *Vine* (*Twitter*).

2015 – создание сервиса потокового видеовещания *Periscope* (*Twitter*).

Учебное издание

Пустовалов Алексей Васильевич

Социальные коммуникации в Интернет

Учебно-методическое пособие

Редактор *А. С. Серебреников*
Корректор *А. А. Вороненко*
Компьютерная вёрстка: *А. В. Пустовалов*

Объем данных 3,23 Мб
Подписано к использованию 06.04.2021

Размещено в открытом доступе
на сайте www.psu.ru
в разделе НАУКА / Электронные публикации
и в электронной мультимедийной библиотеке ELiS

Издательский центр
Пермского государственного
национального исследовательского университета
614990, г. Пермь, ул. Букирева, 15